



Premiär i Sverige för internationella pastadagen 25 oktober

Ny studie avslöjar svenskarnas pastavanor

Måndagen den 25 oktober firas internationella pastadagen för första gången i Sverige. I samband med det presenterar Barilla en ny regional studie som visar att hela 3 av 4 svenska konsumenter äter pasta minst en gång i veckan*. Den visar även att vad du väljer att tillaga till pastan beror mycket på var i landet du bor.

Många i Sverige har tagit pasta till sitt hjärta, inte bara för att det är gott utan även för att det anses vara både enkelt och snabbt att tillaga. Studien visar att vilka tillfällen man väljer pasta skiljer sig också åt beroende på i vilken del av Sverige man är bosatt, exempelvis kan man se att stockholmarna gärna bjuder på pasta vid festligare tillfällen. I norra Sverige tycker de tillfrågade att pasta känns svenskt i högre grad än personer i övriga Sverige, vilket också tar sitt uttryck i vad de äter till pastan.

Vad äter svensken till pastan?

Undersökningen visar att 6 av 10 väljer form på pasta beroende på vilken maträtt de ska laga. Stockholmarna är mer benägna än folk i södra Sverige att prova nya pastasorter. Invånare i södra Sverige äter traditionell vit pasta i större utsträckning än personer bosatta i norra Sverige.

Sett över hela landet är det mest populärt att äta den klassiska köttfärssåsen till pastan. När det gäller andra tillbehör kan man se att stockholmarna är mer benägna att välja mer klassiska italienska råvaror till sin pasta såsom mozzarella, parmesan och pesto. Konsumenterna i norra Sverige kombinerar gärna sin pasta med mer typiskt svensk mat såsom korv i större utsträckning än stockholmarna.

– I år är det första gången vi i Sverige firar internationella pastadagen och undersökningen visar att så många som 56 % sannolikt kommer att äta pasta på måndag för att fira pastans dag, vilket är otroligt roligt, säger Anna Bjur, Marketing Manager Barilla Northern Europe.

Många svenskar vill anamma den italienska matkulturen

Så många som 45 % förknippar pasta med Italien och italiensk matkultur. När konsumenterna väljer varumärke läggs störst vikt vid att pastan smakar gott, att den har hög kvalitet samt att den har ett bra pris. Cirka hälften av respondenterna anser att de faktorer som kännetecknar hög kvalitet på pasta är just varumärket och att pastan blir al dente, dvs. har tuggmotstånd när den är färdig.

– Undersökningen visade att nästintill 50 % av de tillfrågade väljer Barilla för att det står för det genuina Italien och har hög kvalitet, vilket är väldigt kul. Vi vill sprida den italienska matkulturen och visa på hur enkelt det är att samlas och avnjuta en god middag tillsammans och vad kan väl vara ett bättre tillfälle än att göra det på pastans dag? fortsätter Anna Bjur, Marketing Manager Barilla Northern Europe.

Den internationella pastadagen instiftades den 25 oktober 1995 av World Pasta Congress som ett sätt att lyfta fram pasta som ett näringsrikt och mångsidigt livsmedel.

*Källa: Barilla genom undersökning genomförd av marknadsundersökningsföretaget YouGov, 2010-10-18

Undersökningen har genomförts online bland 1005 personer i åldern 18-64 år, som ingår i YouGovs förrekryterade internetpanel. Dessa utgör ett representativt urval av den svenska befolkningen vad gäller kön, ålder och region. Undersökningen genomfördes under perioden den 8-11 oktober 2010.

För ytterligare information kontakta:

Anna Bjur, Marketing Manager Barilla Nordic, tel: 08-470 76 69, e-post: anna.bjur@barilla.com

För praktiska frågor som produktprover, bilder etc, kontakta:

Olivia Jansson, Star PR, tel: 08-545 29 856, e-post: olivia.jansson@starpr.se