

## **PRO FOOD SCEGLIE LO SPORT PER COMUNICARE I VANTAGGI DEGLI IMBALLAGGI IN PLASTICA**

*Debutta sulla stampa la nuova campagna di comunicazione sui benefici dei packaging in plastica, con argomentazioni solide e una metafora capace di arrivare ai pubblici più diversi*

(Milano, 7 maggio 2025) Comunicare i benefici dei packaging in plastica con argomentazioni dimostrabili, ma anche con un linguaggio accattivante, immediato e trasversale. Sono questi gli obiettivi della nuova campagna pubblicitaria di Pro Food, l'associazione che rappresenta il 70% della produzione italiana di contenitori per alimenti, con 14 aziende e 29 impianti produttivi.

Attraverso inserzioni sulla stampa B2B, la campagna mette in luce gli aspetti positivi dell'uso della plastica nella filiera agroalimentare. Per farlo, le creatività usano la metafora dello sport, che rispecchia valori positivi e arriva immediatamente a pubblici trasversali, sia di professionisti che di consumatori, con un linguaggio diretto e chiaro senza scendere nel "greenwashing".

Ecco allora che ogni tipologia di packaging viene calata in uno scenario sportivo, per dire che gli imballaggi in plastica in un campo da golf "Amano il green" e rispettano l'ambiente, in un campo da basket "Giocano sempre i tempi supplementari" ed evitano gli sprechi, sotto la rete da beach volley "Sono bravi a fare muro" e garantiscono l'igiene, sul campo da calcio "Giocano in attacco" e generano valore, di fronte a una piscina "Amano la trasparenza" e ispirano fiducia.

*"La nostra azione di sensibilizzazione sugli imballaggi in plastica si basa su dati scientifici ed evidenze dimostrabili – spiega Mauro Salini, Presidente di Pro Food – Con questa campagna aggiungiamo un concetto dall'impatto emozionale. Il tema dello sport non è scelto per caso: così come dietro un atleta di successo ci sono talento e duro lavoro, anche un prodotto apparentemente semplice come una vaschetta in plastica ha alle spalle tecnologia, ricerca, investimenti e progettualità, rispondendo a requisiti economici, ambientali, funzionali ed estetici".*

Tra i suoi obiettivi la campagna vuole accendere anche i riflettori sul **Regolamento Europeo sugli imballaggi e i rifiuti da imballaggio** (PPWR - Packaging and Packaging Waste Regulation), la cui entrata in vigore rischia di

**Pro Food** - Gruppo Produttori Imballaggi per alimenti freschi  
c/o Federazione Gomma Plastica - Unionplast. Via San Vittore 36, 20123 Milano

Visita il [sito di Pro Food](#)  
Segui Pro Food su [LinkedIn](#)

compromettere, oltre al comparto ortofrutticolo, anche il settore Horeca, attraverso l'adozione di misure ideologiche che non tengono conto delle funzioni che svolgono gli imballaggi in plastica e non solo, limitatamente alla sicurezza e alla shelf life dei prodotti.

Ecco perché, in qualità di operatori al servizio del mondo retail, della distribuzione e dell'Ho.Re.Ca., Pro Food difende le soluzioni di packaging in plastica per i prodotti alimentari, promuovendo un'informazione corretta sull'impatto ambientale supportata da studi scientifici e da una continua ricerca di soluzioni eco-compatibili. Il tutto con la finalità di garantire la sostenibilità ambientale e assicurare ai prodotti confezionati una giusta conservazione per ridurre lo spreco alimentare, garantire la salute e la sicurezza del consumatore e sostenere il consumo.

La campagna ha fatto il suo debutto sui mezzi di comunicazione dei settori ortofrutta, packaging e retail in occasione di Macfrut, il salone internazionale dell'ortofrutta in corso a Rimini dal 6 all'8 maggio, e proseguirà nei prossimi mesi per puntare i riflettori su una corretta informazione dei packaging plastici.

#### **Ufficio stampa Pro Food**

Doralinda D'Auria | [doralinda.dauria@fruitecom.it](mailto:doralinda.dauria@fruitecom.it) | +39 337 121 2782  
Maurizio Turrisi | [maurizio.turrisi@fruitecom.it](mailto:maurizio.turrisi@fruitecom.it) | +39 328 551 1352

**Pro Food** - Gruppo Produttori Imballaggi per alimenti freschi  
c/o Federazione Gomma Plastica - Unionplast. Via San Vittore 36, 20123 Milano

Visita il [sito di Pro Food](#)  
Segui Pro Food su [LinkedIn](#)