

1 MAMMA SU 3 VIVE CON ANSIA LA SCELTA DELLA GIUSTA MERENDA PER I PROPRI BAMBINI

Il sito www.merendineitaliane.it ha coinvolto oltre 100 mamme on line nella prima ricerca che ci aiuta a scoprire opinioni e vissuto su merenda e merendine di una delle comunità più attive sulla Rete. Scopriamo così che la merenda si fa (8 bambini su 10), alternando frutta e yogurt, pizza e panini, dolci e prodotti da forno confezionati... Spesso si consuma in compagnia di un adulto, che confessa però di avere molti dubbi sulla merenda da scegliere per il proprio bambino.

Molte mamme (50%) sovrastimano il peso calorico delle merendine. La stessa percentuale le sceglie, 1 o 2 volte la settimana, per la merenda dei propri figli.

Pensando al domani, le mamme on line vorrebbero prodotti confezionati ancora più "leggeri": le aziende produttrici assicurano di andare in questa direzione già da diversi anni e promettono, entro il 2014, un "taglio" ulteriore di circa il 5% nei valori medi di calorie, grassi e zuccheri.

Da una parte le conferme: **la merenda è un pasto importante, consumato da 8 bambini su 10, quasi sempre** (e questa è una buona notizia) **in compagnia di un adulto.**

Dall'altra le scoperte: **1 mamma su 3 vive con ansia e apprensione la scelta di cosa dare da mangiare ai propri figli per i due pasti di metà mattina e metà pomeriggio.**

Chiedendosi: ma se fa sport o è sedentario, come devo comportarmi? Quale merenda scegliere?

Questi alcuni dei risultati emersi dall'indagine "Merenda 2.0" che www.merendineitaliane.it – un sito istituzionale voluto dall'AIDEPI (Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta italiana) e gestito da un autorevole Comitato Editoriale composto da 18 esperti di discipline che vanno dalla nutrizione alla pediatria, dalla psicologia dell'educazione all'antropologia alimentare e che si propone di offrire informazioni sulle merenda e sul ruolo che possono avere le merendine nell'ambito di una alimentazione equilibrata e di uno stile di vita attivo – ha effettuato su circa 100 mamme, tra blogger e redattrici di siti web dedicati ai bambini.

Mamme che quotidianamente parlano e si confrontano con altre mamme e, proprio per questo, sono in grado di cogliere opinioni e considerazioni delle proprie utenti.

FRUTTA, YOGURT, UN PO' DI DOLCE E SALATO: LA MERENDA È SERVITA...

La prima indicazione che emerge dalla ricerca è che la maggior parte dei bambini fa merenda: ben il **79,6% la fa sempre**, il 17,6% la fa, ma non tutti i giorni. E se il 63% dei bambini fa merenda sia a metà mattina che a metà pomeriggio, **1 su 3 sacrifica invece quella di metà mattina.**

Che cosa scelgono i bambini per i loro spuntini? Per la merenda mattutina un **frutto o uno yogurt (41,5%), un trancio di pizza o un panino (34%), un prodotto da forno confezionato (30,5%)** sono le scelte che compaiono più di frequente. Mentre un 24% di mamme dichiara di non proporre una merenda abituale ma di variare sempre gli alimenti.

Per la merenda del **pomeriggio** questa percentuale (relativa all'alternanza di alimenti) sale al 40%, mentre **frutta e yogurt restano al primo posto (36,4%),** seguiti da **gelato (25,3%), prodotti da forno confezionati (23,2%) e dolci preparati in casa (17%).**

Ma con chi fanno merenda i bambini? Se molti la fanno **a scuola (67,7%)**, quindi con insegnanti e compagni di classe, una buona percentuale la condivide con **i propri genitori (61,6%)** o con i nonni o altri adulti (22,2%). **Solo l'8% la consuma in solitudine**: un dato che conferma l'attenzione delle mamme coinvolte nell'indagine al momento della merenda, vista anche come un momento di condivisione.

QUEL SENSO DI COLPA DIFFICILE DA SUPERARE...

Rispetto alle abitudini a merenda dei propri figli, se circa 6 mamme su 10 si ritengono tutto sommato serene, più di **3 su 10 esprimono preoccupazione e, in parte, senso di colpa**, vivendo con ansia questo momento e avendo dei dubbi sull'adeguatezza della merenda proposta ai propri figli.

Ma su cosa vorrebbero avere maggiori informazioni? Ben **3 mamme su 5 vorrebbero capire come scegliere la tipologia giusta di merenda per il proprio bambino** e da quali fattori dipende. Tra gli altri argomenti che le mamme vorrebbero approfondire, la conoscenza dell'esatto apporto energetico delle varie merende (31,6%), il legame tra merenda, attività fisica e sport (26,5%) e le differenze tra una merenda dolce e una salata (19%).

1 MAMMA IN RETE SU 2 SOVRASTIMA LE CALORIE DELLE MERENDINE...

Dopo aver esplorato i risultati inerenti le abitudini a merenda, la ricerca analizza le opinioni delle mamme sulle merendine.

Scopriamo così che **la metà delle mamme intervistate sovrastima il contenuto calorico di una merendina**; per il 52% infatti una merendina in media conterrebbe tra le 200 e le 300 kcal e per il 6,3% addirittura oltre 300 kcal. Mentre solo 1 mamma su 3 ha risposto, in maniera corretta, indicando un contenuto calorico medio che si aggira tra le **130 e le 170 kcal**. Per quanto concerne il consumo, **il 45% dei bambini mangia le merendine 1 o 2 volte a settimana**: un dato in linea con le abitudini di consumo nazionali, che vedono la media attestarsi a meno di 3 prodotti da forno confezionati a settimana. Esplorando nel dettaglio le altre risposte vediamo poi che il 20% dei bimbi non consuma mai prodotti da forno confezionati, mentre c'è un gruppo di mamme fan di questo prodotto (8%) che le propone più spesso (3 o 4 volte a settimana).

E SUL GIUDIZIO COMPLESSIVO SI CONFRONTANO 3 SCUOLE DI PENSIERO...

Le mamme attive in rete alle quali la ricerca si è rivolta costituiscono un osservatorio privilegiato per capire cosa pensano le altre mamme con le quali dialogano sul web delle merendine e qual è l'opinione più diffusa su questi prodotti. Emergono **tre profili di giudizio** abbastanza equivalenti nei confronti di questi prodotti: quelli **estremamente positivi**, quelli **non favorevoli** e **l'area del cosiddetto "pragmatismo"** (forse le merendine non sono l'ideale, ma sono pratiche e sicure e risolvono il problema della merenda).

Da un lato infatti un gruppo di 4 mamme su 10 valuta positivamente le merendine, ritenendole un **prodotto nutrizionalmente valido (24%)** e **igienicamente pratico e sicuro (18%)**.

Di opinione diversa circa il 40% delle mamme che giudicano le merendine prodotti **poco genuini** e nutrizionalmente **non adeguati all'alimentazione dei bambini**.

Al di là di queste due posizioni agli antipodi, si delinea l'area del cosiddetto pragmatismo che raccoglie le risposte del **32% delle intervistate, secondo cui i prodotti da forno sono una scelta "accettabile"** ed il **problema**, se e quando c'è, non è tanto **nella singola merendina** ma nelle **quantità eccessive** in cui eventualmente si consumano.

PRATICHE, IGIENICHE, PORZIONATE: ECCO PERCHÉ HANNO SUCCESSO

Nessun dubbio, invece, se chiediamo di spiegare la ragione del successo di questo prodotto. Le mamme rispondono all'unisono: è **la confezione per porzione – per oltre 6 mamme su 10 - a determinare il successo delle merendine**, rendendole **pratiche per la merenda fuori casa e igieniche**, oltre a favorire il consumo della giusta quantità di prodotto a merenda (risposta scelta da 3 mamme su 10). Viene inoltre apprezzato il continuo miglioramento dell'equilibrio nutrizionale (3 su 10) e il fatto che siano prodotte da marche affidabili (3 su 10).

I DESIDERI DELLE MAMME BLOGGER: LE MERENDINE LE VORREMMO COSÌ'...

La ricerca è stata anche l'occasione per ascoltare i desideri delle mamme rispetto alle merendine del futuro. Le vorrebbero, soprattutto, **ancora più alleggerite nel contenuto di grassi e zuccheri (63,3%)**: una richiesta in linea con gli impegni già intrapresi dalle aziende produttrici che negli ultimi anni hanno ridotto volontariamente le calorie medie per porzione (da circa 200 kcal a circa 130-170 kcal), eliminato i grassi idrogenati, e quindi i trans: senza considerare che entro il 2014 è già annunciato un taglio ulteriore del 5% di calorie, grassi e zuccheri.

Tra le altre richieste delle mamme on line: **continuare ad investire nell'innovazione di processo** (3 su 10) e **aumentare l'informazione sulle caratteristiche del prodotto** (3 su 10).