



## PIÙ FRUTTA, FARINE INTEGRALI, SEMI, FIBRE E CEREALI OGGI IN ITALIA PIÙ DI 2 MERENDINE SU 10 SONO “RICH-IN”

*Quello del “rich-in”, prodotti alimentari ricchi di ingredienti o nutrienti benefici, è una delle principali tendenze che stanno riguardando il mercato alimentare italiano. Secondo l’Osservatorio Immagino di Nielsen 2020, infatti, gli alimenti che evidenziano nel pack la dicitura “integrale” nel 2019 sono cresciuti del +4,3%, mentre quelli che segnalano il contenuto di fibre sono aumentati del +6,3%.*

*E tra i prodotti che guidano questo trend ci sono proprio le merendine italiane.*

*La conferma arriva dai dati di Unione Italiana Food: oggi il 23% del totale delle merendine italiane è “rich-in”, con un rapporto percentuale raddoppiato in 10 anni. La nutrizionista Valeria del Balzo ci racconta perché frutta, cereali, semi e farine integrali sono importanti per il nostro organismo.*

Tra le merendine italiane c’è un’area rappresentata dal **segmento “rich-in”** che nell’ultimo decennio ha avuto un vero e proprio boom. Parliamo di quelle merendine più ricche di farine integrali, frutta, cereali, fibre e semi, solo per citare alcuni ingredienti e nutrienti. Secondo i dati di **Unione Italiana Food**, raccolti dalle principali aziende produttrici di merendine di marca, **oggi più di 2 merendine su 10 (23%), presenti sul mercato, sono “rich-in” e questo rapporto percentuale negli ultimi 10 anni è più che raddoppiato (+107%)<sup>1</sup>**. Ci riferiamo, solo per citarne alcune ai **croissant integrali con frutta secca** o realizzati con **cereali, semi di girasole e di chia**, oppure a **merendine di pasta frolla integrale con frutta** e **merendine base pan di spagna ai 5 cereali con farina integrale**.

Un trend in grado di trainare l’intero settore dei prodotti alimentari “rich-in” in Italia. I dati dell’**Osservatorio Immagino 2020 di Nielsen** evidenziano, in Italia, nel 2019, una crescita del **+4,3% delle vendite a valore dei prodotti alimentari riportanti la dicitura “integrale”** e del **+6,3% per i prodotti che risaltano in etichetta il contenuto di fibre**. Con i risultati migliori messi a segno proprio dalle **merendine italiane<sup>2</sup>**.

### **FRUTTA, FARINE INTEGRALI, SEMI E CEREALI AIUTANO IL NOSTRO ORGANISMO**

Le merendine “rich-in” contengono ingredienti come farine integrali, cereali, semi o frutta secca, che contribuiscono al benessere dell’organismo delle persone, come conferma la **Dott.ssa Valeria del Balzo**: *“È importante inserire nel proprio piano alimentare, quindi, anche a merenda attraverso le merendine ‘rich-in’, ingredienti come farine integrali, cereali, semi e frutta poiché permettono l’apporto di sostanze che svolgono funzioni rilevanti nell’organismo umano. Le farine e i cereali integrali, ad esempio, aumentano la presenza di fibra nell’arco della giornata. La fibra, dal punto di vista nutrizionale, è un ‘non nutriente’ che ha tra le sue caratteristiche principali quella di migliorare e accelerare la sazietà e mantenerla più a lungo, per questo è importante che ci sia nella nostra alimentazione. I semi, invece, permettono l’apporto di acidi grassi polinsaturi, mentre la frutta secca e/o la confettura contribuiscono all’assunzione di vitamine e antiossidanti, questi ultimi svolgono un ruolo fondamentale contro l’invecchiamento cellulare”*.

---

<sup>1</sup> Unione Italiana Food, 2021

<sup>2</sup> Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy, 2020



## **OGNI ANNO SUL MERCATO 8-10 MERENDINE NUOVE GRAZIE ALL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO**

Le merendine guidano la tendenza del “rich-in”, anche grazie alla forte impronta data **dall'innovazione di prodotto dove il comparto dolciario investe in media, ogni anno, circa 20 milioni di euro, pari al 2% del proprio fatturato<sup>3</sup>.**

Basti pensare che ogni anno vengono immesse sul mercato **dalle 8 alle 10 nuove merendine**, di fronte a **più del doppio delle ricette ideate**, e spesso dopo un lavoro di ricerca e sviluppo che in media dura da **1 a 5 anni**, in alcuni casi si arriva anche a 10 anni<sup>4</sup>.

Se da una parte vi è una elevata quantità di prodotti ad alto contenuto innovativo, dall'altra va evidenziato che, sugli scaffali dei supermercati italiani, si trovano anche merendine che hanno visto la luce 40 anni fa e che hanno saputo innovarsi mantenendo la propria iconicità.

## **ETICHETTE TRASPARENTI E VOLONTARIE NELLE MERENDINE**

Anche sul fronte della trasparenza, il settore dolciario si è dimostrato all'avanguardia. Infatti, le principali aziende del settore delle merendine inseriscono in etichetta anche i valori per porzione e la %RI (Reference Intake) per alimento riferita all'energia. Un'ulteriore dimostrazione di attenzione alla trasparenza per il consumatore per chi aveva già anticipato, volontariamente, le disposizioni che sono diventate obbligatorie dal 2016 per l'etichettatura nutrizionale.

## **L'IMPEGNO DELL'INDUSTRIA DELLE MERENDINE PER MIGLIORARE I PRODOTTI**

Per i prossimi anni l'impegno dell'industria dolciaria italiana è di proseguire sulla strada degli importanti risultati ottenuti sul fronte del miglioramento nutrizionale delle merendine e della sostenibilità, per offrire prodotti sempre più rispettosi dell'ambiente, e di tutelare la salute e il benessere dei consumatori. Ricordiamo come **negli ultimi 10 anni il settore dolciario italiano ha ridotto nelle merendine il quantitativo degli zuccheri (-30%), dei grassi saturi (-20%) e le calorie totali (-21%)**. Una risposta, quella delle aziende dolciarie, ad un consumatore sempre più attento nel pretendere prodotti più equilibrati senza rinunciare a gusto e piacevolezza.

### **Ufficio stampa Unione Italiana Food**

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Sepastiana Gjoni; [s.gjoni@inc-comunicazione.it](mailto:s.gjoni@inc-comunicazione.it); 3357919573

Simone Ranaldi; [s.ranaldi@inc-comunicazione.it](mailto:s.ranaldi@inc-comunicazione.it); 3355208289

---

<sup>3</sup> Dossier Innovazione Aidepi, 2017

<sup>4</sup> Unione Italiana Food, 2021



qualità, gusto e piacere