



## LA MERENDA A CASA AL TEMPO DEL COVID-19

**7,5 MILIONI DI ITALIANI (ADULTI) HANNO CAMBIATO LE PROPRIE ABITUDINI A MERENDA  
IL 29% LA FA PIÙ SPESSO DI PRIMA DA QUANDO È A CASA  
IN AUMENTO IL CONSUMO DI FRUTTA E DOLCI FATTI IN CASA, MERENDINE NELLA TOP FIVE**

*Una ricerca BVA Doxa - Unione Italiana Food fotografa come è cambiato lo spuntino di metà mattina e metà pomeriggio per i circa 11,5 milioni di italiani adulti, dai 25 ai 65 anni, che prima stavano fuori di casa quasi tutta la giornata mentre oggi, a causa della pandemia, trascorrono gran parte del tempo tra le quattro mura domestiche.*

*Il 66% di essi ha modificato le proprie abitudini a merenda: la fanno più spesso, mangiano più frutta e dolci preparati in casa e non rinunciano alle comode e pratiche merendine. Oltre l'aspetto nutrizionale: per gli italiani la merenda a casa, in tempo di Covid-19, rappresenta un momento di coccola, ascolto reciproco e condivisione con la famiglia.*

Nel corso della pandemia **2 italiani su 3 (66%)**, da quando sono a casa, **hanno cambiato il proprio modo di fare merenda**. Mangiano **più frutta, yogurt e dolci fatti in casa** (il cui consumo è più che raddoppiato) e **continuano a scegliere le merendine** - stabili nelle preferenze dei nostri connazionali rispetto al periodo precedente l'arrivo del Covid-19 - come alternativa per lo spuntino di metà mattina o metà pomeriggio. Questi, in sintesi, alcuni degli highlights che emergono dall'indagine BVA Doxa – Unione Italiana Food **“La merenda degli Italiani a casa ai tempi del Covid-19”**.

Lo studio ha analizzato **come è cambiata la merenda degli italiani adulti** che, con la pandemia, si sono ritrovati a vivere, diversamente da prima, la propria quotidianità a casa: **un mutamento degli stili di vita che ha riguardato ben 11,5 milioni di italiani, circa un terzo dell'intera popolazione dai 25 ai 65 anni, che prima vivevano prevalentemente al di fuori delle quattro mura domestiche**. L'indagine, realizzata con metodo CAWI, ha coinvolto un campione di 800 adulti dai 25 ai 65 anni, tra cui anche i genitori di bambini dai 4 ai 13 anni, con un focus specifico sugli smartworkers.

### **3 ITALIANI SU 10 FANNO MERENDA PIÙ SPESSO DA QUANDO SONO A CASA**

Dall'indagine Doxa - Unione Italiana Food è emerso che **il 29% di questo target di “neocasalinghi” dichiara di fare più spesso merenda, sia al mattino che al pomeriggio** (per gli smartworkers il dato sale addirittura al 36%). Allo stesso tempo il 34% ha affermato di non aver modificato le proprie abitudini durante la merenda, mentre solo il 2% fa meno spesso sia lo spuntino di metà mattina che quello di metà pomeriggio.

### **QUASI 1 SU 2 (45%) FA UNA MERENDA PIÙ RICCA DI PRIMA**

I cambiamenti che riguardano l'approccio degli italiani alla merenda a casa al tempo del Covid-19 toccano anche le quantità di alimenti che vengono destinati allo spuntino di metà mattina e metà pomeriggio. Infatti, dallo studio emerge che **quasi 1 italiano su 2 (45%) che vive gran parte della giornata a casa, dichiara di fare una merenda un po' più ricca del solito**. Il 44% ha affermato, invece, di fare una merenda simile a quella di

prima da un punto di vista delle quantità. Mentre 1 italiano su 10 (11%) fa invece uno spuntino meno abbondante rispetto a prima dell'arrivo della pandemia.

### **FRUTTA AL PRIMO POSTO, RADDOPPIATI I CONSUMI DI DOLCI FATTI IN CASA, STABILI LE MERENDINE**

Tra gli alimenti che, in tempo di Covid-19, registrano il favore degli italiani per la merenda, **al primo posto c'è la frutta** il cui consumo, da quando si è a casa, è passato dal **42% al 60%**, seguita dallo **yogurt**, in crescita dal **46% al 58%**, dai **biscotti**, cresciuti dal **44% al 56%**, dal **dolce fatto in casa** i cui consumi sono addirittura raddoppiati, passando dal **23% al 47%**, e dal **pane con marmellata o creme spalmabili** che è passato dal **21% al 35%**. Restano, invece, **stabili le merendine che con il 45%** - stessa percentuale che aveva prima dell'arrivo del Covid - **rientrano comunque nella top five degli alimenti consumati dagli adulti**.

Meno cambiamenti, rispetto all'arrivo della pandemia, per le scelte che riguardano **merenda salata**: classifica inalterata con in testa i crackers (40%), seguiti dal panino salato (25%), pizza (13%) e dalla torta salata (10%). *“Se da una parte è senz'altro positivo che gli italiani facciano più spesso merenda rispetto a prima, dall'altra bisogna fare attenzione a non esagerare con una merenda troppo calorica, soprattutto in questo momento nel quale le persone sono a casa e fanno meno movimento e attività fisica”*, afferma il **Prof. Luca Piretta, Nutrizionista e Gastroenterologo**. *“In particolare, quando si prepara un dolce a casa, che è tra le merende più consumate in questo periodo storico e rimane un'ottima scelta per gli spuntini, occorre far attenzione alle dosi e alla quantità, perché non essendo un prodotto porzionato si rischia di mangiare una fetta di torta o crostata più grande di quella necessaria”*.

### **PORZIONATA, PRATICA E BUONA E BUONA: LA MERENDINA VALIDA ALTERNATIVA PER LA MERENDA A CASA**

In un contesto casalingo nel quale ha trovato terreno fertile la preparazione per la merenda di alimenti fatti in casa, **la merendina confezionata si conferma una delle alternative preferite, anche in questo periodo storico particolare, confermando il feeling con gli italiani**: del resto come evidenzia una precedente ricerca Doxa-Aidepi, la consumano oltre **30 milioni di persone**. Una tipologia di merenda sdoganata anche dai nutrizionisti, soprattutto in virtù della porzionatura e dell'equilibrio nutrizionale garantito da un contenuto calorico prestabilito in etichetta, che costituiscono due importanti plus.

Come afferma il **Prof. Luca Piretta**: *“La merendina, consumata moderatamente, può rappresentare una delle alternative corrette per la merenda degli italiani a casa. Il vantaggio della merendina è anche il fatto di essere uno spuntino porzionato e quindi di avere un contenuto calorico prestabilito che garantisce il non superamento dell'apporto calorico consigliato. L'ideale comunque è sempre quello di alternare a merenda un mix tra prodotti, confezionati o fatti in casa, e un frutto o una macedonia”*.

### **LA MERENDA A CASA IN TEMPI DI COVID-19: UN MOMENTO DI SVAGO PER ROMPERE LA ROUTINE**

Ancor più che in passato, oggi il momento della merenda a casa in tempo di pandemia acquisisce significati che toccano l'aspetto emotivo e psicologico. Dallo studio Doxa – Unione Italiana Food è emerso che per il **41% degli italiani**, infatti, lo spuntino a casa rappresenta **una ricarica fisica e psicologica per svolgere i propri doveri**, mentre per il **35% delle persone** è sia una **pausa di relax e piacere condivisa con la famiglia** che un **momento da prendere per sé in cui non si pensa ai problemi attuali**. Solo il **7% utilizza il mezzo digitale per condividere il momento della merenda**: le pause in video chiamata non sembrano prendere piede tra i nostri connazionali.

Il momento della merenda rappresenta dunque l'occasione per rompere gli schemi della giornata quotidiana, condividere emozioni e racconti, come spiega la **Dott.ssa Paola Medde, Psicologa dei Comportamenti Alimentari**: *“Il cibo assume dei significati che vanno al di là del valore nutrizionale perché è conforto, coccola, condivisione, è rapporto con le emozioni ed è gratificazione, non solo fisica ma anche psicologica. Di*

*conseguenza, un momento come la merenda, fatta insieme, magari provando a sperimentare cose nuove, è sicuramente una situazione che ci può dare conforto e stimoli e contemporaneamente è anche una possibilità di poter rompere un contesto routinario e, spesso, noioso”.*

### **1 BAMBINO SU 2 (54%) HA CAMBIATO LA SUA MERENDA DA QUANDO È A CASA**

L'indagine Doxa – Unione Italiana Food ha fatto il punto anche per quanto riguarda la merenda a casa dei bambini dai 4 ai 13 anni. Dalla ricerca è emerso che **1 bambino su 2 (54%) ha cambiato modo di fare merenda da quando è a casa**. Tra i prodotti più consumati per lo spuntino di metà mattina o metà pomeriggio troviamo le **merendine (65%)** e i **biscotti (55%)**, i cui valori sono rimasti immutati rispetto a prima dell'avvento della Pandemia, seguiti dal **dolce fatto in casa** che registra un'impennata passando **dal 34% al 51%**, **dal pane con marmellata o creme spalmabili (passato dal 38% al 49%)**, **dallo yogurt (cresciuto dal 40% al 44%)** e **dalla frutta fresca e secca (dal 32% al 36%)**.

### **NO ALLE VIDEO CHAT, SÌ AL DIALOGO: 4 GENITORI SU 10 CONDIVIDONO PIÙ SPESSO LA MERENDA CON I FIGLI**

Una buona notizia arriva dal fatto che, con il nucleo familiare che si trova ad essere sempre più presente a casa, **il 38% dei genitori dichiara di condividere più spesso la merenda con i propri figli**. E **2 genitori su 10 (18%) la preparano con i propri bambini** tenendoli così attivi e con le “mani in pasta”. Per il momento dello spuntino si dice no all'organizzazione di video chat sulle piattaforme social – **lo fa solo il 3% dei genitori con i figli** – per cui la merenda rimane un momento intimo da vivere con i propri affetti.

*“Potere fare merenda in uno spazio silenzioso, intorno al tavolo o immaginando un pic-nic improvvisato dentro casa, mettendoci su un tappeto, permette di vivere lo spuntino come un momento di ascolto reciproco, senza interruzioni e senza dover correre, come spesso accade con i bambini, da una parte all'altra mentre si mangia”,* afferma la **Dott.ssa Paola Medde**. *“Questa pandemia ci ha fatto costretto a scoprire il piacere della pausa e con questo anche il piacere di una merenda che non costituisce solo un bisogno nutrizionale, ma è anche una pausa da tutto e da tutti: un momento di tranquillità, raccoglimento ed ascolto”.*

**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