



NUOVE FARCITURE, GUSTI E INGREDIENTI GUIDANO L'INNOVAZIONE DI PRODOTTO NELLE MERENDINE IN MEDIA OGNI ANNO SUL MERCATO 8-10 NUOVE REFERENZE

Unione Italiana Food racconta - attraverso gli ultimi dati IRI - come l'innovazione di prodotto nel settore delle merendine sia soprattutto legata all'estensione di gamma nella direzione di nuove farciture, gusti di confettura e ingredienti negli impasti: il tutto ispirato al binomio gusto ed equilibrio nutrizionale.

Nel 2020 i nuovi lanci hanno sviluppato un fatturato tra il 3 e il 4% dell'intero comparto, percentuale più che raddoppiata rispetto ai due anni precedenti.

Con il contributo del tecnologo alimentare Giorgio Donegani, scopriamo quali sono le principali innovazioni che hanno contraddistinto i prodotti da forno dolce monodose negli ultimi anni.

Nuove farciture golose e nutrizionalmente equilibrate, come la crema alla nocciola, al limone fino a quella al latte e cacao. Gusti di confettura sempre più ricercati, a partire da quelli ai frutti rossi. Utilizzo di farine integrali e nuovi ingredienti nell'impasto: dall'innovativo mix di pere e cioccolato alle mele, dallo yogurt greco ai semi di lino e quinoa rossa. Il comparto delle **merendine italiane di Unione Italiana Food**, fiore all'occhiello del made in Italy alimentare, è sempre più all'avanguardia nell'innovazione di prodotto che si manifesta, in particolare, nelle novità presenti a scaffale.

Del resto, lo confermano i dati: **nel 2020, secondo IRI**, i nuovi lanci di merendine hanno sviluppato un fatturato che si attesta tra il **3 e il 4%** delle vendite complessive della categoria, percentuale più che raddoppiata rispetto al 2018 quando era l'**1,4%**. Ogni anno, rivela **Unione Italiana Food** - l'associazione che rappresenta le principali aziende produttrici di merendine italiane - **vengono immessi sul mercato 8-10 nuovi prodotti**. Da sottolineare anche l'importante lavoro di ricerca e sviluppo che c'è dietro: in media ci vogliono da **1 a 5 anni prima di lanciare sul mercato una nuova merendina e a volte si arriva fino a 10**.

COME SONO CAMBIATE LE MERENDINE NEGLI ULTIMI ANNI

"Nel settore delle merendine italiane la ricerca si è molto evoluta", afferma Giorgio Donegani, tecnologo alimentare. "A partire dall'impasto. Oggi si usa una più ampia gamma di sfarinati e cereali, anche miscelati tra loro, e questo comporta un doppio vantaggio: da un lato aiuta a variare l'alimentazione, dall'altro rende meno probabile l'insorgere di intolleranze. Sempre a proposito di farine, è da sottolineare anche il maggior impiego di quelle integrali, le quali hanno un ulteriore vantaggio perché rallentano l'indice glicemico, cioè la velocità con cui viene assorbito lo zucchero. Un'altra innovazione che si è sviluppata è la tecnica di lievitazione: oggi molti impasti sono lievitati naturalmente, con il lievito di birra o il lievito madre che agiscono più in profondità migliorando la digeribilità. Inoltre, si è lavorato molto sull'ingredientistica delle creme e delle farciture. È aumentato l'utilizzo del cacao, ricco di antiossidanti, ci sono più confetture a base di frutti rossi e viene usato di più il miele."

L'INNOVAZIONE È IL PLUS FONDAMENTALE DEL SETTORE DEI PRODOTTI DA FORNO DOLCE MONODOSE

Prodotti al passo con i tempi, in linea con le esigenze dei consumatori di oggi che ricercano in una merendina gusto ed equilibrio nutrizionale. Anche grazie alla forte impronta innovativa, a **maggio 2021**, secondo i dati Nielsen, i consumi di merendine sono cresciute del **+2,1% a volume** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, per un fatturato del settore che si attesta a oltre **1 miliardo di euro**, pari al 26,9% del fatturato

del comparto dei Prodotti da Forno e Cereali. Ricordiamo che in Italia, i principali consumatori di merendine sono gli adulti, circa **30 milioni di persone**.

PER 7 ITALIANI SU 10 LE MERENDINE SONO UN PRODOTTO SEMPRE AL PASSO CON I TEMPI

La capacità di sapersi continuamente modernizzare è anche un plus riconosciuto al settore delle merendine dai consumatori italiani. Una ricerca Doxa¹, ha rivelato che **per il 68% degli italiani le merendine sono un prodotto innovativo, sempre al passo con i tempi**. Una percezione positiva, quella dei nostri connazionali, avvalorata anche da importanti risultati raggiunti in questa direzione e in particolare nel miglioramento nutrizionale dei prodotti da forno dolce monodose: **negli ultimi 10 anni, infatti nelle merendine è stato ridotto il quantitativo degli zuccheri (-30%), dei grassi saturi (-20%) e delle calorie totali (-21%)**. Una risposta delle aziende dolciarie ad un consumatore sempre più attento nel pretendere prodotti più equilibrati senza rinunciare a gusto e piacevolezza.

ECCO COME VENGONO REALIZZATE LE FARCITURE OGGI NELLE MERENDINE

“Frutti rossi, creme alla nocciola, al limone, al pistacchio, miele e cioccolato fondente. Oggi la presenza sul mercato di nuove farciture nelle merendine - oltre che per soddisfare il gusto - ha l'intento di proporre prodotti sempre più in linea con le indicazioni di salute della scienza nutrizionale”, afferma Giorgio Donegani. “In generale il tempo necessario a preparare la farcitura varia a seconda della sua composizione, così come la tecnica utilizzata per farcire le merendine: in alcune il ripieno viene inserito con delle sac à poche da appositi macchinari; in altre, come quelle a strati di pan di spagna, viene deposto in quantità dosata nel momento in cui si compone la merendina.”

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.

MERENDINE, UNA TRADIZIONE ITALIANA: BUONE, PORZIONATE E NUTRIZIONALMENTE EQUILIBRATE

Ricordiamo infine che quando parliamo di merendine ci riferiamo a un prodotto di derivazione diretta della nostra tradizione dolciaria: sono infatti la **riduzione in formato monodose dei dolci da forno della nonna**, soprattutto quelli a base di pan di spagna e pasta frolla. **In nessun altro Paese europeo esistono prodotti definiti allo stesso modo**, proprio perché lo stesso concetto di merenda è una prerogativa che contraddistingue l'alimentazione dell'Italia e dei Paesi mediterranei, in contrapposizione con lo “snacking”, tipico delle nazioni anglosassoni, dove si è soliti mangiare spesso, a tutte le ore, e prevalentemente fuori casa. Del resto, lo dice la parola stessa: **una merendina è una “piccola merenda”**, che consente di rifornire l'organismo della piccola quantità di energia necessaria per arrivare ai pasti principali con un senso di sazietà adeguato. Oggi vanno dalle 110 kcal delle più semplici fino alle 180 kcal circa delle più ricche e coprono in media tra **il 6 e il 7% della quantità di energia raccomandata ogni giorno a bambini e ragazzi**.

Proprio per fare conoscere meglio le merendine e promuovere la cultura della merenda come pasto fondamentale all'interno di un'alimentazione sana ed equilibrata, Unione Italiana Food ha dato vita, da oltre 15 anni, al sito www.merendineitaliane.it, completamente rinnovato nel 2021.

¹ Ricerca Doxa – AIDEPI 2017 “Gli italiani e le merendine”

Ufficio stampa Unione Italiana Food

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Sepastiana Gjoni s.gjoni@inc-comunicazione.it 3357919573

Simone Ranaldi s.ranaldi@inc-comunicazione.it 3355208289