



RICERCA BVA DOXA - UNIONE ITALIANA FOOD

GENERAZIONE X E MERENDA, LA FANNO 3 ITALIANI SU 4 ALL'INSEGNA DELLA VARIETÀ: LA FRUTTA È IL CAPOSALDO MERENDINE NELLA "TOP FIVE" DEGLI ALIMENTI PIÙ CONSUMATI

Una ricerca Unione Italiana Food - BVA Doxa ha fotografato la merenda (di oggi e di ieri) e lo stile di vita degli italiani cresciuti nel periodo d'oro delle merendine: la Generazione X.

Il 76% fa merenda almeno una volta al giorno, variandola e preferendo lo spuntino dolce a quello salato.

Le merendine? Al primo posto tra i prodotti iconici della loro giovinezza, sono consumate da 8 italiani su 10 (83%), tra i 42 e 57 anni.

Focus sul movimento: l'86% della Generazione X dichiara di avere uno stile di vita attivo.

Trekking, palestra e attività sportiva regolare, ma anche passeggiate per andare al lavoro, scale a piedi, orto e giardinaggio: ecco il mix di una generazione insospettabilmente sportiva...

Il walkman, il bomber, le musicassette. E poi ancora il gettone telefonico, il Commodore 64 e il flipper. Sono solo alcuni degli oggetti cult della «Generazione X», quella degli adulti nati dal 1965 al 1980. Parliamo del segmento più ampio della popolazione italiana: **15 milioni di persone pari al 25% degli italiani** (0-100+, Istat). Più concreti e meno sognatori dei Baby Boomers che li precedono, ne fanno parte **gli italiani cresciuti nella stagione d'oro delle merendine italiane**, a cavallo tra gli anni 70 e 80, i quali hanno iniziato a dare importanza nella propria alimentazione al momento della merenda.

Ma oggi come è il loro rapporto con lo spuntino? **3 italiani su 4 appartenenti alla Generazione X (76%) fanno merenda almeno una volta giorno e nella "top five" dei prodotti più consumati ci sono la frutta (62%), seguita da yogurt (52%), biscotti (39%), crackers (39%) e merendine confezionate (32%)**, che superano in questa speciale classifica il dolce fatto in casa (22%).

Sono alcuni dei risultati dell'indagine *"Generazione X: merenda e stile di vita"* commissionata da **Unione Italiana Food alla BVA DOXA** che ha analizzato, attraverso 1.001 interviste online condotte su un campione rappresentativo della popolazione italiana, con focus sulla Generazione X (42-57 anni), il rapporto con la merenda, con le merendine e lo stile di vita di questa fetta della nostra popolazione.

LA MERENDA DELLA GENERAZIONE X: DOLCE, VARIA E TRA LE PARETI DI CASA

La metà degli italiani appartenente alla Generazione X (50%) alterna lo spuntino dolce a quello salato, il 35% fa una merenda sempre e solo dolce, mentre il 15% preferisce farla salata. **Per 6 italiani su 10 (59%), di questa generazione, la merenda si fa sempre casa.** Mentre il 41% la fa fuoricasa, ossia in ufficio (35%), all'aria aperta (4%) oppure *on the go* (2%). **La merenda della Generazione X è all'insegna della varietà**, rispecchiando così una delle caratteristiche principali che deve avere questo momento secondo gli specialisti della nutrizione.

E QUELLA DI IERI? TRA MERENDE "CASALINGHE" E LA RIVOLUZIONE PORTATA DALLE MERENDINE

Tornando indietro nel tempo, scopriamo che la merenda della Generazione X da bambini era un po' diversa. **Al primo posto tra gli alimenti più consumati c'erano proprio le merendine (50%)** che attraversavano una fase di affermazione del prodotto, seguiti da biscotti e panino salato. La frutta era l'alimento preferito a merenda solo per 1 italiano su 4 (24%), mentre **risuoteva molto consenso "pane e pomodoro" (25%)**, un grande classico della tradizione della merenda casalinga di una volta.

MERENDINE CHE PASSIONE: LE CONSUMANO 8 ITALIANI SU 10 DELLA GENERAZIONE X

Se negli anni il consumo di frutta è decisamente aumentato, le merendine nel tempo sono rimaste tra i prodotti più amati dalla Generazione X anche grazie alla forte impronta innovativa e al miglioramento nutrizionale dei



prodotti. Oggi le consumano **8 italiani su 10 (83%)** dai 42 ai 57 anni e **più della metà (53%) lo fa almeno 1-2 volte a settimana**.

La Gen X ama **alternare quelle presenti a scaffale da tempo con quelle nuove (63%)**. Il 28% invece è rimasto legato esclusivamente ai grandi classici, mentre il 14% ama le nuove merendine lanciate sul mercato. Infine, appena 1 su 10 (9%) non ha cambiato gusti: consuma soltanto quelle che consumava da bambino.

Non finisce qui. **Per 6 italiani su 10 della Generazione X, le merendine sono tra i prodotti alimentari più iconici** superando prodotti dal grande legame affettivo come patatine (47%), gelati (41%), chewing-gum (31%), snack dolci (23%), caramelle (22%) e pop-corn (16%).

IL VANTAGGIO DELLA PORZIONATURA NELLE MERENDINE: UN PLUS GIÀ NEGLI ANNI 70/80

Per gli adulti di oggi della Generazione X - bambini negli anni 70/80 - le merendine, durante la loro ascesa hanno rappresentato **in primo luogo un prodotto divertente oltre che buono**, legato al mondo delle sorprese e delle raccolte punti (39%). Già allora era **un'alternativa pratica e porzionata** per la merenda sia a scuola che fuoricasa (33%).

Per il 30% della Generazione X l'affermazione delle merendine è stata **una novità assoluta che ha rivoluzionato il momento della merenda**, che a quei tempi era basata principalmente su cibi fatti in casa. Infine, per 1 su 4 (25%) la merendina ha rappresentato il **comfort food** che ha accompagnato molti ricordi e situazioni legati alla gioventù.

“Unione Italiana Food da quasi 15 anni, attraverso il sito www.merendineitaliane.it, porta avanti iniziative e collaborazioni per promuovere la corretta merenda, gli stili di vita sani, la conoscenza delle merendine italiane, che sono un prodotto che non ha eguali al mondo”, dichiara Mario Piccialuti, Direttore Generale Unione Italiana Food. “Scoprire dallo studio che già negli anni in cui si è affermato questo prodotto, il plus delle porzionatura era considerato un punto di forza del prodotto, è molto importante per noi. Oggi le merendine rappresentano un'alternativa buona e nutrizionalmente corretta anche in virtù della porzionatura prestabilita: parliamo di appena 35 g e un contenuto calorico che va dalle 110 kcal per le più leggere alle 180 kcal per le più golose, il cui consumo – 1/2 volte a settimana – è stato sdoganato anche dai nutrizionisti”.

PIÙ DI 8 ITALIANI SU 10 DELLA GENERAZIONE X DICHIARANO AVERE UNO STILE DI VITA ATTIVO

L'indagine BVA Doxa ha anche analizzato lo stile di vita della Generazione X, in riferimento a movimento e attività fisica. È emerso che **solo il 14% della Generazione X si definisce sedentario**, mentre **l'86% dichiara di avere uno stile di vita attivo**. Che per la metà (49%) degli adulti nati dal 1980 al 1965 equivale a **camminare all'aria aperta**, mentre per il 41% è sinonimo di **muoversi a piedi piuttosto che con i mezzi**.

Più di 1 su 3 (36%) tra le sue abitudini ha quella di **fare regolarmente attività fisica nel tempo libero** e il 10% va in bicicletta.

PER LA GEN X SI È FISICAMENTE ATTIVI A PARTIRE DAI PICCOLI GESTI QUOTIDIANI

Dallo studio BVA Doxa è emerso che essere attivi – per la Generazione X – significa compiere anche gesti quotidiani come **fare le scale invece di prendere l'ascensore (64%)** oppure **camminare 1/2 km per andare al lavoro (59%)**. Il 35% individua nell'**andare in bici nel weekend** oppure **fare trekking (29%)** la maniera per essere attivi. Più indietro alcune attività non prevalentemente sportive come **fare l'orto o il giardinaggio (27%)**. Infine, più staccati fare delle **partite di calcio, tennis, basket, padel con gli amici 1/2 volte a settimana (20%)**, **nuotare (18%)** e **fare pilates o mindfulness (15%)**.

EUROBAROMETRO: NEGLI ULTIMI 5 ANNI 3,5 MILIONI DI ITALIANI HANNO INIZIATO A FARE ATTIVITÀ FISICA

Una notizia positiva sulla rinomata tendenza al movimento arriva anche dagli ultimi dati di Eurobarometro che dimostrano che l'Italia non è più il quinto Paese nella classifica dei più sedentari, ma l'undicesimo. Nel 2017 alla domanda *“Quanto spesso fai sport?”* il 62% degli italiani rispondeva *“mai”*, oggi è il 56% (il 34% lo pratica almeno



una volta a settimana). Negli ultimi 5 anni quindi ben **3,5 milioni di italiani dai 15 anni in su** che si dichiaravano **totalmente sedentari hanno iniziato a fare attività fisica.**

PROF.SSA SILVIA MIGLIACCIO, PRESIDENTESSA SISA: L'IMPORTANZA DI AVERE UNO STILE DI VITA CORRETTO
“È importante avere uno stile di vita corretto, che includa una dieta equilibrata, nella quale possono essere inserite – 1/2 volte a settimana – anche le merendine, ed un’attività fisica adeguata, che ci allontani da comportamenti sedentari”, spiega la **Prof.ssa Silvia Migliaccio, Presidentessa della Società Italiana di Scienza dell'alimentazione.** *“Fare una passeggiata di un’ora fa spendere fra le 180 e le 300 calorie, una nuotata a velocità media permette di bruciare tra le 400 e 600 calorie. Chiaramente le calorie spese dipendono dal peso del soggetto e dalla tecnica, ma, in generale, uno stile di vita sano e attivo permette di arrivare alle decadi di vita più avanzate con abitudini di vita ottimali e virtuose e in un buono stato di salute”.*

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