

## **I 70 ANNI DELLE MERENDINE ITALIANE** **CONSUMATE DALL'83% DEI NOSTRI CONNAZIONALI** **TRANCINI E CROISSANT COPRONO IL 60% DEL MERCATO**

*Dagli anni '50 ad oggi sono protagoniste della merenda di milioni di italiani, adulti e bambini. Un prodotto iconico che ha conquistato generazioni diverse, capace in ogni era di anticipare le tendenze. La fotografia attuale delle merendine – un settore che vale 1,3 miliardi di euro - racconta di un mercato versatile e dinamico dove i grandi classici, presenti a scaffale da oltre 50 anni, convivono con prodotti dalla forte impronta innovativa: ogni anno vengono lanciate infatti in media 8-10 nuove merendine...*

**Le merendine italiane spengono 70 candeline.** Correva l'anno 1953, infatti, quando il **Mottino**, panettone in formato mignon **si trasforma nel Buondi**, imprimendo quella svolta culturale che segna l'affermazione a livello industriale di questo prodotto. Di lì a poco ci sarà l'ingresso sul mercato di merendine divenute celebri come la **Brioss** o la **Crostatina** e molte altre ancora, negli anni a venire, entreranno a far parte dell'immaginario collettivo del nostro Paese. Un alimento iconico del made in Italy alimentare che riscuote ancora oggi grande successo: secondo una recente ricerca **BVA DOXA - Unione Italiana Food** le **merendine sono consumate da 8 italiani su 10 (83%) e più della metà dei nostri connazionali (55%) le mangia almeno 1-2 volte a settimana.**<sup>1</sup>

Un prodotto che ha saputo evolversi nel tempo, anche grazie al miglioramento nutrizionale, che negli ultimi 15 anni ha portato risultati importanti. Porzioni più piccole - **appena 35 g in media** - ma anche **riduzione dei grassi saturi (-20%), degli zuccheri (-30%) e delle calorie (-21%).**

### **LE MERENDINE DI OGGI, TRA GRANDI CLASSICI E NUOVI LANCI**

L'analisi attuale del mercato delle merendine vede da una parte la presenza di tipologie **classiche**, intramontabili, presenti a scaffale da oltre 50 anni che nel tempo hanno saputo innovarsi mantenendo la propria iconicità. Dall'altra emergono **prodotti nuovi**, dalla marcata innovazione che è uno dei tratti distintivi del comparto. Basti pensare che **ogni anno vengono lanciate sul mercato in media 8-10 nuove merendine:** da quelle con farine integrali alle merendine con nuove farciture – alla crema di limone o di nocciola solo per citarne alcune - da quelle con yogurt greco o semi di lino, fino a quelle che utilizzano la quinoa o i frutti rossi. Una versatilità dell'offerta particolarmente apprezzata dai nostri connazionali: **6 italiani su 10 amano infatti consumare sia le merendine classiche che quelle nuove.**<sup>2</sup>

### **VENDITE DI MERENDINE IN CRESCITA: +2% A VOLUME NEL 2022**

Anche i dati economici confermano la fidelizzazione degli italiani verso le merendine. Secondo una rilevazione Circana relativa all'anno 2022, le **vendite di merendine** hanno toccato a valore circa **1,3 miliardi di euro** - pari al 29% del totale dei Prodotti da Forno e Cereali - mentre quelle a volume si sono attestate sulle **205.073 tonnellate** con una **crescita del +2% rispetto all'anno precedente.**<sup>3</sup> Dal punto di vista delle tipologie più vendute a valore, **trancini** (32%) e i **croissant** (27%) rappresentano il cuore del mercato. Seguono i **plumcake** (9,6%) le **tortine** (8%), le **sfoglie** (6,3%), le **crostatine** (5,3%), le altre **brioche** (4,7%), i **panini al latte arricchiti** (4,6%).

*“Se siamo qui a celebrare i 70 anni delle merendine, afferma Luca Ragolini, Vice Direttore di Unione italiana Food, significa che questo prodotto è stato capace nel tempo di conquistare l'apprezzamento di diverse generazioni di italiani. Da una parte grazie all'innovazione che rappresenta uno dei plus principali del settore e dall'altra in virtù dell'unicità di un prodotto che è esclusivo del mercato italiano: in nessun altro Paese europeo esistono prodotti definiti con questo nome. Dobbiamo, infatti, per forza, ricorrere ad un'intera frase*

<sup>1</sup> Ricerca BVA DOXA 2022

<sup>2</sup> Ricerca BVA DOXA 2022

<sup>3</sup> Dati di vendita Circana per Unione Italiana Food (totale Italia incluso Discount)

*per spiegare di cosa si tratta, ovvero “piccoli prodotti dolci da forno monoporzione” e in questo sta la peculiarità del loro successo: una piccola merenda, equilibrata nutrizionalmente, buona e pratica.”*

## **BUONE, PORZIONATE E NUTRIZIONALMENTE EQUILIBRATE: VANNO DALLE 110 KCAL ALLE 180 KCAL**

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 fatti in casa**, soprattutto quelli a base di pan di spagna e pasta frolla. 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**, rappresentando, anche a detta dei nutrizionisti, una delle alternative valide nutrizionalmente per la merenda degli italiani.

## **ANNI '50: HA INIZIO LA STORIA DELLE MERENDINE CON IL “BUONDI”, LA COLOMBA IN FORMATO MINI...**

Ma torniamo indietro nel tempo. Il punto di svolta che segna la nascita delle merendine si ha nel lontano 1953, quando il “**Mottino**”, una sorta di panettone in formato mignon, **si trasforma nel “Buondi”** che diviene, in breve tempo, il nuovo must per la merenda degli italiani. Un vero e proprio fenomeno di costume che svela le potenzialità di questo nuovo mercato che da lì a qualche anno si espanderà in modo vertiginoso. Il successo di quella che può essere definita la prima merendina industriale sta in particolare **nell’impasto a lievitazione naturale** che richiama uno dei dolci più tipici della tradizione italiana: la colomba pasquale.

## **ANNI '60: DALLA “BRIOSS” ALLA “FIESTA”, LE MERENDINE SI ISPIRANO AL DOLCE FATTO IN CASA**

Negli anni Sessanta, oltre ai dolci tipici delle feste, ad essere riproposte sottoforma di merendine furono soprattutto le torte fatte in casa, di pasta margherita, pandispagna e pastafrolla, variamente farcite con confettura o cioccolato. Nel 1961 arriva sul mercato la “**Brioss**”, soffice trancino di pandispagna, farcito con marmellata di albicocche o di ciliegie. Il suo successo si deve anche alle prime raccolte punti, tra le quali il famoso concorso promozionale “*una giornata con il tuo calciatore preferito*” che segnò, letteralmente, un’epoca. Nello stesso anno è la volta della celebre “**Fiesta**”, che legherà il suo successo anche a Carosello e al suo intramontabile jingle pubblicitario interpretato dai Ricchi e Poveri.

## **ANNI '70: LA MERENDA SI FA GOLOSA, ARRIVANO LA “GIRELLA”, IL “SACCOTTINO” E LA “CROSTATINA”**

Negli anni Settanta arrivano altre merendine a base di pandispagna farcita, o ricoperte con il cioccolato. Un esempio tra tutti: la “**Girella**” (1973) entrata nella storia del costume per l’inconfondibile forma a spirale e per la réclame a cartoni animati che vede “Toro Farcito” costretto a difendere la sua merendina preferita dagli assalti del Golosastro, che vuole rubargliela.

Nel 1975, ecco poi “**Kinder Brioss**”, che unisce la sofficità del pan di spagna lievitato naturalmente alla farcitura di latte. Infine, nel 1978, è la volta di altri due “grandi classici” che hanno fatto la storia delle merendine: il “**Saccottino**”, brioche lievitata farcita all’albicocca, al cioccolato o alla crema, e la “**Crostatina**”, mini torta di pasta frolla in due versioni, alla marmellata e al cioccolato, particolarmente apprezzati dai bambini anche per le divertenti sorprese in scatola che si trovavano in ogni confezione.

## **ANNI '80: DAI “PLUMCAKE” ALLE “CAMILLE”, SI AFFERMA LA SECONDA GENERAZIONE DI MERENDINE**

Entriamo nel decennio d’oro delle merendine italiane. Si affermano sul mercato anche “**Kinder Colazione Più**” (1981), fatta con 5 diversi cereali e un pizzico di cacao, i “**Tegolini**” (1983) e i “**Soldini**” (1986), gustosi pan di spagna farciti e ricoperti al cioccolato. Quest’ultimo diventa un must soprattutto per la moneta di cioccolato, che veniva staccata, in un gesto rimasto nella mente di molti quarantenni di oggi, e mangiata in un solo, gustosissimo, boccone.

Con gli anni '80 le merendine entrano in una nuova fase, sempre più ispirata al binomio alimentazione e la salute. Tra gli ingredienti compaiono le fibre e lo yogurt. Le “**Camille**”, tortine alle carote e mandorle e i “**Plumcake**” sono i capofila di questa nuova generazione di prodotti.

## **ANNI '90: LA GENERAZIONE BIM, BUM BAM SCOPRE LE MERENDINE REFRIGERATE**

Ad emergere in questo decennio sono le **merendine refrigerate** - dal “Kinder fetta al latte” al “Kinder Pinguì” - con latte fresco pastorizzato e coperture croccanti. Sul finire degli anni Novanta nascono e si afferma il “**Croissant**” che diventa un classico della prima colazione e della merenda, morbido, gustoso e digeribile grazie alla lenta lievitazione naturale.

## **CON IL NUOVO MILLENNIO: PORZIONI PIÙ PICCOLE, MENO CALORIE**

Negli anni 2000, le merendine vivono una fase di nuovo rinnovamento, dando vita a prodotti che ricercano sempre maggiore equilibrio tra leggerezza e gusto. Diminuisce anche l’apporto calorico complessivo, cala la quantità di zucchero e di grassi saturi ma soprattutto vengono eliminati grassi idrogenati e con essi gli acidi grassi trans. Arrivano sul mercato anche merendine di ispirazione internazionale come i **muffin**.

Le nuove merendine sul mercato sono tante e diverse: c’è chi punta sullo yogurt, chi sui mirtilli o sui frutti rossi, chi non rinuncia alla cioccolata in pezzetti o nel ripieno chi ripropone la tradizionale marmellata e chi invece punta - nell’impasto e nella forma - sulla semplicità senza tempo del pane. Un percorso di rinnovamento ed innovazione che prosegue ancora oggi...

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

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

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