**MANGIARE UNA MERENDINA NON È SOLO UNA QUESTIONE DI GUSTO**

**PER 1 ITALIANO SU 2 CONTANO ANCHE L’OLFATTO E LA VISTA**

**IL 60% DEI NOSTRI CONNAZIONALI AMA MORDERLA APPENA SCARTATA**

*Un’indagine AstraRicerche - Unione Italiana Food ha indagato il valore che i nostri connazionali attribuiscono*

 *agli aspetti estetici delle merendine nella loro esperienza di consumo. Per 7 italiani su 10 l’elemento di “food design” che più attrae in una merendina sono le decorazioni in superficie.*

*In occasione dei 70 anni dei prodotti da forno dolce monodose, scopriamo il lato più estetico*

*di tre merendine iconiche entrate nell’immaginario collettivo degli italiani.*

Che fossero buone, pratiche e porzionate erano dei plus abbastanza noti. Meno conosciuto il fatto che **le** **merendine italiane** **sono un prodotto apprezzato dai nostri connazionali anche per gli aspetti legati al** “**food design”**. È quanto emerge dall’indagine “***Il lato estetico delle merendine italiane”*** commissionata da **Unione Italiana Food** ad **Astra Ricerche**, attraverso un sondaggio online sottoposto agli italiani dai 18 ai 65 anni. Prodotti che rimandano, in miniatura, **alle forme dei dolci fatti in casa o di ricorrenza**. E nei quali la collocazione degli ingredienti e le decorazioni in superficie hanno un ruolo non solo estetico ma possono dare anche indicazioni di consumo.

**Mangiare una merendina, quindi,** **non è solo una questione di gusto**. E in particolare dallo studio emerge come **tra gli altri sensi** **coinvolti** nell’esperienza di consumo di un prodotto da forno dolce monodose i nostri connazionali indicano l’**olfatto** (**48%**) e la **vista** (**45%**) mentre più indietro si posiziona il tatto (7%)

*È un dato di fatto,* **afferma la** **Dott.ssa Paola Medde, Psicologa dei comportamenti alimentari***, che non si mangia solo attraverso il gusto, ma anche gli altri sensi hanno una loro importanza ed in particolare la vista: basti pensare che nel nostro cervello il 50% delle cellule sono direttamente o indirettamente coinvolte nella visione. Per questa ragione, il lato estetico di una merendina, a partire dalla forma, ha una sua rilevanza nella percezione dei sapori e nell’esperienza gustativa. In generale e questo vale non solo per le merendine, gli alimenti arrotondati vengono associati a un’esperienza piacevole, di coccola e di morbidezza, mentre quelli spigolosi, vengono associati ad esperienze energizzanti, di forza e dinamismo.”*

**INGREDIENTI E DECORAZIONI IN SUPERFICIE HANNO UN VALORE ESTETICO PER 7 ITALIANI SU 10**

Per i nostri connazionali il **principale elemento di “food design**” di una merendina sono **gli elementi decorativi sulla superficie del prodotto** (**72%**). Segue un altro aspetto come **“la forma”** **della merendina**: che sia arrotondata, a trancio rettangolare, intrecciata o a mezzaluna è un elemento estetico apprezzato da **3 italiani su 10 (29%)**. Poco più indietro nel gradimento si collocano il **colore** (**26%**) e la **dimensione** (**25%**) della merendina.

**MODALITA’ DI CONSUMO: IL 60 % DEGLI ITALIANI AMA MANGIARLE APPENA SCARTATE**

Infine, dall’indagine emerge come la modalità più amata dai nostri connazionali per gustarsi una merendina è, per distacco, **morderla direttamente appena scartata** (**60%**). C’è poi chi preferisce **dividerla in due, prenderla con le mani e poi consumarla** (**20%**). Più indietro gli italiani indicano di apprezzarla maggiormente se **immersa nel latte o nel succo** (**15%**) e **infine una piccola parte di nostri connazionali** preferisce **consumare prima la farcitura e poi il resto** (**5%**).

*“Il modo in cui si sceglie di mangiare la merendina,* **prosegue la Dott.ssa Medde***, può darci indicazione dell’esperienza che le persone vogliono provare. Chi preferisce inzupparla nel latte cerca di ottenere un’esperienza che coinvolga diversi sapori e consistenze, in grado di aumentare il piacere. Mordere la merendina appena scartata è tipico di chi non vuole procrastinare la soddisfazione ma probabilmente vuole ottenere “tutto e subito”. Chi invece si sceglie di mangiare prima la farcitura desidera trarre il massimo del piacere dal consumo, selezionando proprio ciò che viene percepito come la parte più preziosa. Dividere l’intero in due parti, infine potrebbe far pensare di prolungare la soddisfazione poiché gli occhi si confrontano con un’immagine doppia e doppio è il piacere.”*

**70 ANNI DI MERENDINE: UN VIAGGIO NEL FOOD DESIGN DI TRE PRODOTTI ICONICI**

In occasione del compleanno delle merendine italiane, che proprio quest’anno spengono 70 candeline, tre prodotti iconici della merenda si raccontano attraverso le caratteristiche di “food design”.

Partiamo da una merendina storica come **Kinder Brioss.** In questa referenza il **decoro a righe sulla superficie**, simile a un righello disegnato a mano libera, permette di misurare **quanto intingerla nel latte per un inzuppo perfetto,** oppure per scegliere dove mordere o dividere la merendina. **La forma a trancino** e il **doppio taglio del pan di spagna** sono altri due **elementi di food design** che, unendosi ad accorgimenti tecnologici, consentono alla crema di spalmarsi e abbracciare il pane in maniera appagante e uniforme dall’inizio alla fine del trancino, dal primo all’ultimo morso, grazie a cui nessun assaggio resta con poca o troppa farcitura. In questa merendina **forma, dimensioni e porzionatura sono le caratteristiche che la rendono pratica per favorire l’inzuppo in ogni tipo di tazza** - anche la più stretta.

Passiamo poi ad un'altra merendina entrata nei cuori degli italiani, come i **Flauti Latte.** Una merenda che conquista i bambini per essere buona e semplice, e soddisfa i grandi per la qualità dei suoi ingredienti caratterizzanti: la crema con 100% Latte fresco italiano di alta qualità. A livello estetico, il tratto distintivo risiede **nell’inconfondibile forma che ricrea un filoncino di pane** con farcitura di crema al latte, a riproporre la merenda fatta in casa di una volta. La consistenza della crema al latte è come **una sorta di “nuvola”**, **lo strato di crema è presente su tutta lunghezza del trancio**. Non c’è un modo unico per consumare i flauti: c’è chi lo divide a metà e lo condivide, chi lo mangia solco dopo solco e infine chi lo apre, gusta prima la crema prima e poi il soffice impasto.

Concludiamo con l’antesignano dei prodotti da forno dolci monodose: il **Buondì Motta**. All’inizio il prodotto si chiamava Mottino, a seguire venne cambiato il nome in Buondì proprio per evocare il momento della giornata per cui era stato creato: la colazione. La sua caratteristica distintiva a livello di food design è data dalla **forma arrotondata che rimanda a un piccolo panettone**. Una proposta che ne ricorda in tutto e per tutto il soffice impasto a lievitazione naturale, la glassa e la forma arrotondata della cupola tipica del dolce tipico delle festività natalizie.

**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. 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%).**