

**CROISSANT: L'INTRAMONTABILE MERENDINA REGINA DEL MERCATO
NEL 2023 VOLUMI IN CRESCITA DEL +4,3%
UN TERZO DEL MERCATO È RAPPRESENTATO DAI CROISSANT CONFEZIONATI**

*Classici, integrali, ai 5 cereali, al miele, farciti con confetture o creme.
I croissant rappresentano una merendina iconica del made in Italy alimentare:
in media si trovano 18 referenze a scaffale.*

Un'elaborazione di Unione Italiana Food su dati Circana ha evidenziato i trend e i numeri di questa specialità, leader del mercato dei prodotti da forno dolci monodose.

Protagonista della merenda e della colazione degli italiani, il **croissant confezionato guida il comparto delle merendine italiane** coprendo il **31% dell'intero mercato**. Un prodotto amato da diverse generazioni di italiani e il cui successo è confermato dai numeri. Ad agosto 2023, secondo i dati Circana, **le vendite in volume dei croissant confezionati** hanno toccato quota **39,4 milioni di kg** con una crescita del **+4,3% rispetto all'anno precedente**.¹

TRA GRANDI CLASSICI E NUOVE RICETTE, IL VARIEGATO MONDO DEI CROISSANT

Gustosi, digeribili, versatili, realizzati con il lievito madre. Sono in media **18 le referenze di cornetti presenti a scaffale**². I primi sono stati quelli **classici** o **farciti con creme e confetture**, presenti nei supermercati da tempo, che hanno saputo innovarsi mantenendo la propria iconicità. Sono arrivati poi **quelli integrali** e **ai 5 cereali**, che rispondono perfettamente alle esigenze del consumatore moderno. Fino a **proposte più recenti** con nuovi gusti come **pistacchio, frutti rossi e nocciola**, dalla marcata innovazione, uno dei tratti distintivi del comparto.

“In un contesto alimentare sempre più diversificato e dinamico, il croissant emerge come un pilastro della categoria merendine, afferma Luca Ragolini, Vicedirettore e Segretario del Settore Prodotti da Forno di Unione italiana Food, consolidando la sua posizione di prodotto iconico nel mercato italiano. Tale successo è il risultato di una combinazione virtuosa tra gusto, innovazione costante ed equilibrio nutrizionale, che è il mix vincente che contraddistingue le merendine italiane. Un prodotto pratico che anche grazie alla monoporzione confezionata è l'ideale sia per la merenda a casa ma anche per quella fuori casa.”

CROISSANT, UNA STORIA ULTRACENTENARIA

Il croissant porta con sé una lunga storia legata alle sue origini. **Sarebbe nato nel 1638 a Vienna**, durante il secondo assedio alla città da parte degli Ottomani. Sembrerebbe che i viennesi, presi alla sprovvista, reagirono sbeffeggiando i turchi sulle mura della città, mangiando un tipo di pane al burro, **il kipferl**. Un'altra versione vuole che siano stati i fornai viennesi, lavoratori notturni, i primi a dare l'allarme e abbiano festeggiato il mancato assedio con il dolce lievitato a forma di mezzaluna, simbolo degli ottomani.

¹ Circana Liquid Data, Total Store View, Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio – Piccolo, Discount, Progressivo Agosto 2023

² Nielsen 2023

Nel corso del tempo, la ricetta del kipferl si diffuse in Europa, arrivando in Francia nel XIX secolo grazie a Maria Antonietta d'Austria. Qui i pasticceri affinarono la ricetta, aggiungendo ingredienti che conferirono al croissant la consistenza e il sapore distintivo che conosciamo oggi.

MERENDINE CONFEZIONATE, TREND POSITIVO NEL 2023

Oltre alle performance del croissant, va evidenziato anche il buon andamento generale del comparto delle merendine confezionate. Nel 2023, dati Circana alla mano, le **vendite in volume delle merendine** sono cresciute del **+ 0,5% rispetto al 2022**, toccando quota **737 milioni di kg** per un valore complessivo dei prodotti da forno dolci monodose pari a **1,52 miliardi di euro³**.

Un settore che ha tra i suoi plus l'innovazione di prodotto: ogni anno vengono lanciate sul mercato in media 8-10 nuove merendine. E 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%).

MERENDINE CONSUMATE DA 8 ITALIANI SU 10

Ricordiamo infine come le merendine siano un alimento particolarmente apprezzato dai nostri connazionali, soprattutto adulti, i principali consumatori. Secondo una ricerca **BVA DOXA - Unione Italiana Food**, le **merendine sono consumate da 8 italiani su 10 (83%) e più della metà del campione (55%) le mangia almeno 1-2 volte a settimana.**⁴

Ufficio stampa Unione Italiana Food

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Giulia Pasquale g.pasquale@inc-comunicazione.it

Simone Ranaldi s.ranaldi@inc-comunicazione.it

³ Circana Totale Italia incluso discount anno solare 2023 vs 2022

⁴ Ricerca BVA DOXA 2022 "Italiani, merenda e stile di vita"