

14 Marzo 2023

ROMA - Le merendine italiane spengono 70 candeline. Era il 1953, infatti, quando il Mottino, panettone in formato mignon si trasforma nel Buondì, imprimendo quella svolta culturale che segna l'affermazione a livello industriale di questo prodotto.

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.

In continuo miglioramento nutrizionale negli ultimi 15 anni, oggi si presenta in porzioni più piccole - appena 35g in media - ma anche riduzione dei grassi saturi (-20%), degli zuccheri (-30%) e delle calorie (-21%). 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.

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 brioches (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. Si tratta di “piccoli prodotti dolci da forno monoporzione” e in questo sta la peculiarità del loro successo: una piccola merenda, equilibrata nutrizionalmente, buona e pratica”.