Italiani innamorati del design delle merendine: le ragioni in una ricerca

20231004114249merendine-b51671e7

Le **merendine** sono un prodotto **apprezzato dagli italiani 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.

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 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* - afferma **Paola Medde**, psicologa dei comportamenti alimentari *-. 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" .*

VALORE ESTETICO
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

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 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",*** prosegue Medde.

Che aggiunge: *"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”.*