La colazione che stupisce i social

cake-2610754-640-5d52c558

La colazione cresce e diventa momento importante della giornata. In un’epoca di home working la colazione al bar la mattina non si limita più solo a quei pochi minuti al bancone prima dell’entrata al lavoro, ma diventa occasione per incontrarsi, fare una chiacchiera o anche semplicemente prendersi una pausa da un lavoro solitario e uscire. Non c’è dubbio dunque che gli stili di vita dei Millennials abbiano cambiato anche profondamente il modo di percepire il primo pasto della giornata. E una larga parte di questi nuovi stili e della loro diffusione è passata e ancora passa per i social, in particolare uno, il più visual di tutti: Instagram. Dove l’hashtag “colazione” supera i tre milioni di post e “breakfast” sfiora i 100 milioni.

CHEESE!



È un movimento in cui vanno a confluire le ossessioni piccole e grandi della nostra epoca. E dove dunque il “naturale” e il “salutare” si mischiano al colorato e all’iperbolico. E fanno il giro del mondo. Come è successo con la moda dell’Unicorno: arcobaleno di colori pastello a base vegetale (alga spirulina in primis) applicati a ciambelle, cappuccini e gelati che ha tenuto banco la stagione passata. O con il successo del Cronut che ha portato fama mondiale a un pastry chef francese sbarcato a New York con due valige e tante speranze, Dominique Ansel. Uscire su Instagram con il proprio locale e le proprie proposte per la colazione – che rispetto al passato come si è detto si allunga fino al mezzogiorno – è sicuramente un’opportunità interessante. Ma qual è l’identikit della colazione instagrammabile? Il segreto è la fotogenia e l’originalità. Piacciono le nuove forme e variazioni sul tema di grandi classici come croissant, ciambelle e girelle, resi lucidi e con un’aggiunta di colore o con forme più tonde od originali. Quanto al filone salutista, frutti di bosco e cereali

alternativi, semi e granelle fanno la differenza. Come il colore, quello della frutta matura e dei superfood. Anche la Latte Art è un particolare in più che dà l'idea di trovarsi in un posto un po' speciale.

EDIZIONI LIMITATE



Per mantenere viva l'attenzione poi sarà il caso di proporre ciclicamente delle novità. Comunicando che si tratta di una proposta limitata nel tempo. Perché una delle tendenze che dal mondo degli schermi si sta riversando sul mondo reale è la cosiddetta FOMO – Fear of Missing Out, la paura di perdersi qualcosa – che noi chiameremmo smania dell'edizione limitata. Sì anche al ristorante o al bar. La sensazione di accaparrarsi una golosità limitata nel tempo dà l'impressione di vivere una esperienza da raccontare. Tramite social.

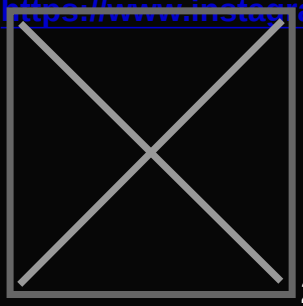
IL SETTING



Infine, come in un servizio fotografico "vero", anche il setting ovvero l'ambiente circostante fa la differenza. Pavimenti, pareti o tavoli colorati sicuramente attirano e rendono lo scatto più interessante e personale. I piani possono anche essere di legno grezzo o di marmo, ma le piastrelline colorate o le graniglie antiche certo danno un quid in più. Come un lampadario originale o una scritta al neon, una decorazione o un quadro alle pareti, magari di un giovane artista locale desideroso di farsi conoscere. Ma anche una pianta o un fiore messo lì con studiata noncuranza attira telecamere, like e followers. In fondo è tutta pubblicità gratuita, e se si riesce a giocarsela bene senza snaturarsi il gioco, come si dice, vale la brioche.

COSA SUCCEDE SU INSTAGRAM

1. Colazione e design: tra i profili più originali che trattano la prima colazione c'è Symmetry Breakfast, un'idea portata avanti con dedizione da Michael Zee il quale cucina ogni mattina per sé e il compagno Mark, che lavora nella moda
https://www.instagram.com/symmetrybreakfast/



2. Se avete una bella **vista su strada**.... incentivatela (vale anche per dehors e tavolini esterni). Potreste finire su Breakfast with a view
https://www.instagram.com/breakfastwithaview/

3. Esagerare: nel colore, nelle forme, nella quantità. L'appeal del "fuori dalle righe"

4. L'esercito dei croissant la quintessenza della colazione resta sempre in primo piano, meglio però avere alcune opzioni con variazioni sul tema (senza però dimenticare i "grandi classici")

5. Salute innanzi tutto frutta, anche esotica e meno nota. Ma anche succhi, semi, opzioni **vegane** per rispondere a chi pensa che si mangia sano solo a casa propria



6. Il primo dolce virale è stato il Cronut di Dominique Ansel, nel 2013. Ecco la prima versione (sulla copertina di *Time*) e l'ultima versione (instagram dominque ansel)