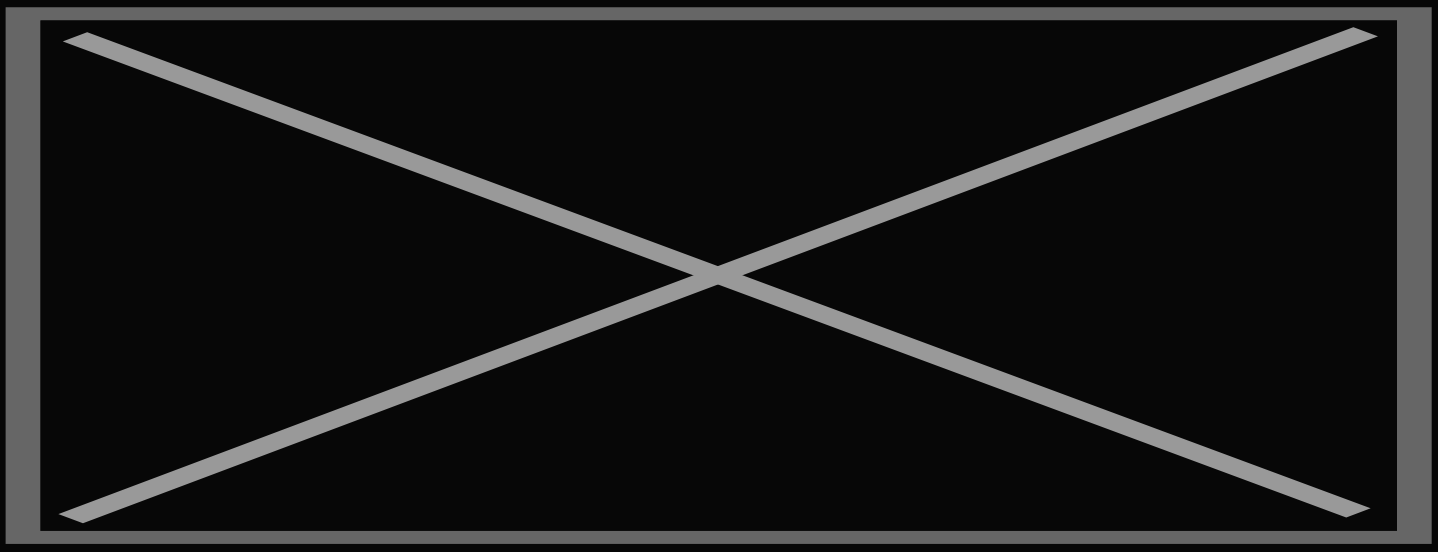
# Colazione autunno/inverno 2020-2021

colazione-autunno-inverno-20-21-01-2e1f2f51

Straniera a tratti e stanziale per abitudini. La clientela che consuma la prima colazione al bar è alla ricerca di nuove, innovative offerte e, soprattutto, idee pratiche. Straniera a tratti, la clientela, perché il nostro Paese sta diventando sempre più multiculturale e aperto al nuovo: con famiglie appartenenti a nuovi ceppi etnici e ricche di lontane tradizioni, e con manager che hanno scelto l'Italia come punto di svolta per un personale e professionale rilancio, bisogna ridiscutere l'offerta, andare oltre la standardizzazione del dolce e lavorare sul salato. A Roma ma anche a Milano, e in centri nevralgici dove il rapporto con gli stranieri è intenso, iniziano a fiorire locali che hanno inserito nel proprio menù mattutino voci esotiche o comunque alternative, oltre al solito cappuccio e brioche. Avevano iniziato gli hotel dalla notte dei tempi, hanno provato più volte a testare il terreno i fast food (occhio a questi: dopo McCafé di McDonald's da Burger King arrivano gli agguerriti BKCafé, *ndr*) per allungare la propria fascia oraria di proposte: ora iniziano i bar, e non solo nei centri commerciali, anche in zone periferiche. Perché la colazione è vero che rispecchia un po' quello che siamo ma indubbiamente va oltre le mode: è un'esigenza, è il carburante per affrontare le fasi più impegnative della giornata.

[caption id="attachment_179920" align="alignnone" width="740"]



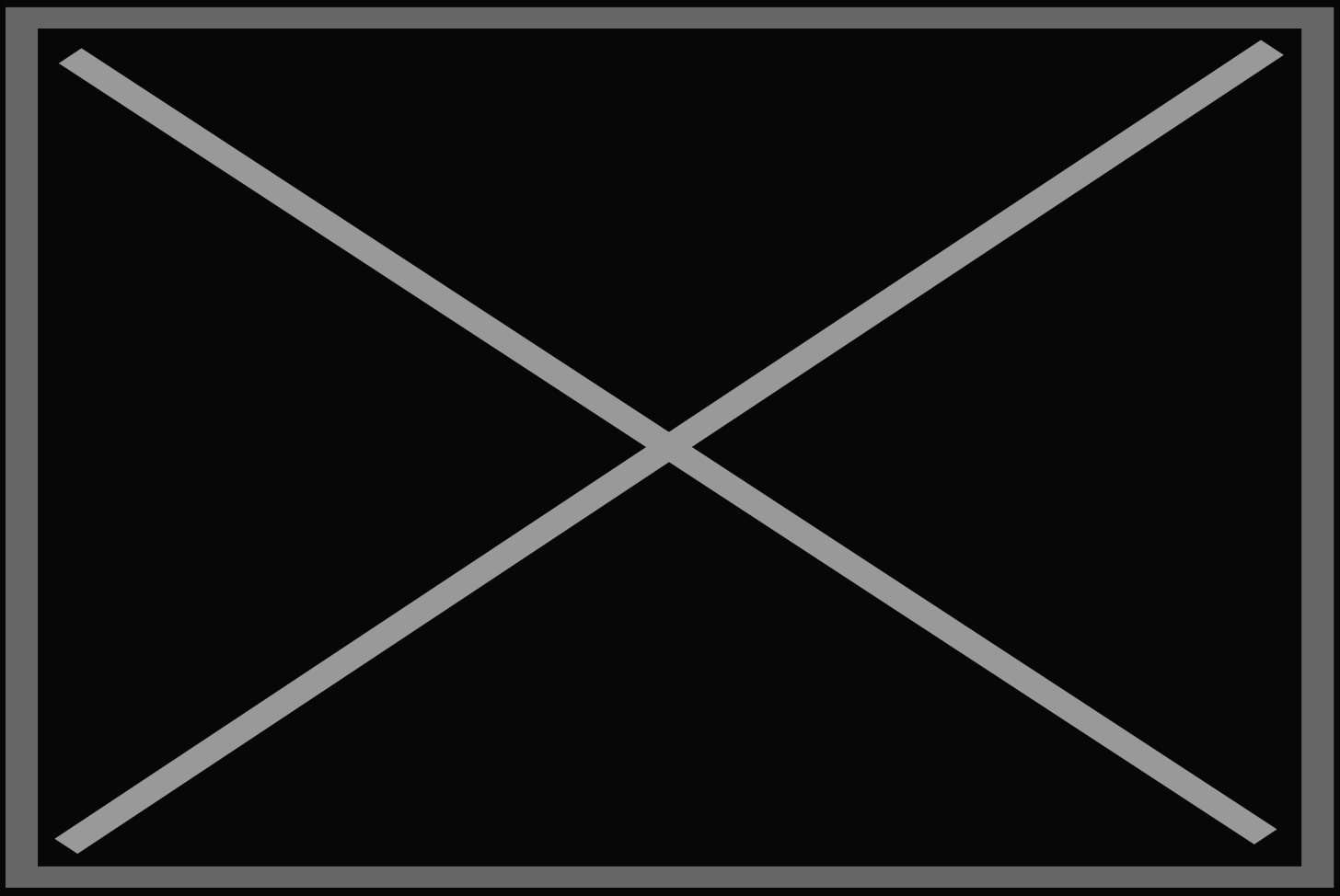
da sinistra: "Il caffè che unisce" dal Consorzio di tutela del caffè espresso italiano tradizionale; il kit di

ripartenza “Distanti il giusto, uniti nel gusto” firmato Lavazza[/caption]

**SPECIALTY COFFEE IN ITALIA E ESTERO**

Per il salto di qualità di una colazione da campioni si può puntare su un caffè che confini con lo show cooking (o cooking show, *ndr*). Non solo la moka protagonista, che inizia a fare la sua comparsa in molti bar di alta gamma, ma un grande lavoro di filtri ed estrazioni alternative. Un esempio è quello di Milano, nella stazione della metropolitana linea 3 a Porta Romana: K?h? – Tokyo 1982. I milanesi, andando oltre le mode, iniziano ad abbinare il caffè ai nigiri facendone quasi un’esigenza. Vero è che lo specialty coffee, presente in molti punti creati ad hoc anche in Italia, richiede pratica ma una volta imparate le apprendibili tecniche, il più sarà fatto. E per entrare nel settore basta farsi un giro sul sito della Specialty Coffee Association (presieduta dal conosciuto volto di Cristina Meinl). È un mondo non solo per cultori e appassionati ma anche per curiosi: profumi, colori, gusti sono esperienze condivisibili tra barista e cliente. I professionisti usano (quasi tutti) lo stesso metodo, chiamato cupping, alla brasiliana. Il caffè si avvicina alla bocca con un cucchiaio rotondo con cui si aspira e nebulizza in modo rumoroso. Una tecnica, quella del cupping, che diverte grandi e piccini. Qualche indicazione sui marchi più attivi per una fase di prova? Partiamo da Ditta Artigianale con le due monorigine El Manzano e Koke e la miscela MammaMia. Francesco Sanapo, fondatore e ideatore del brand, ne va orgoglioso. La Tocaya invece punta su una miscela elaboratissima, ideata da immigrati libanesi e arriva dal Brasile (l’azienda si sta adoperando con iniziative a scopo benefico a sostegno dei cittadini di Beirut). Da provare anche l’Ogawa Coffee dal Giappone e il Bamba, lo Jocutla e il Tellus dal Messico.

[caption id="attachment_179916" align="alignnone" width="749"]



In alto da sinistra: Koke da Ditta Artigianale, Tokaya dal Brasile, Ogawa Coffee dal Giappone Sotto da sinistra: Bamba, Jocutla e Tellus dal Messico[/caption]

**IDEA 1: SIAMO A UN BIVIO**

Se il mattino ha l'oro in bocca, bisogna valutare bene quello che si consuma. Valori nutrizionali, proteici, benzina per il corpo in base alle mansioni e attenzione alle tradizioni. Idea numero uno da valutare: il tempo è come certi caffè, ristretto a volte per i colletti bianchi che devono correre in sala riunioni, o lungo, americano in tazza grande, per chi ha tempi dilatati, magari perché intenzionato a sfruttare il wi-fi di un locale o perché in pieno intervallo in Università, quindi non sfoglia velocemente i libri di testo e si fa coccolare da una tisana, da un frappuccino o dal comfort food di una latteria retrò. C'è chi propone il breakslow invece che il breakfast. In pieno risveglio, serenamente, consumare del cibo senza ingurgitarlo fa bene non solo a livello fisico ma anche mentale, quindi la comunicazione di un esercizio non dovrebbe essere solo istituzionale ma anche culturale e personale.

**IDEA 2: SFRUTTANDO LE NUOVE TECNOLOGIE**

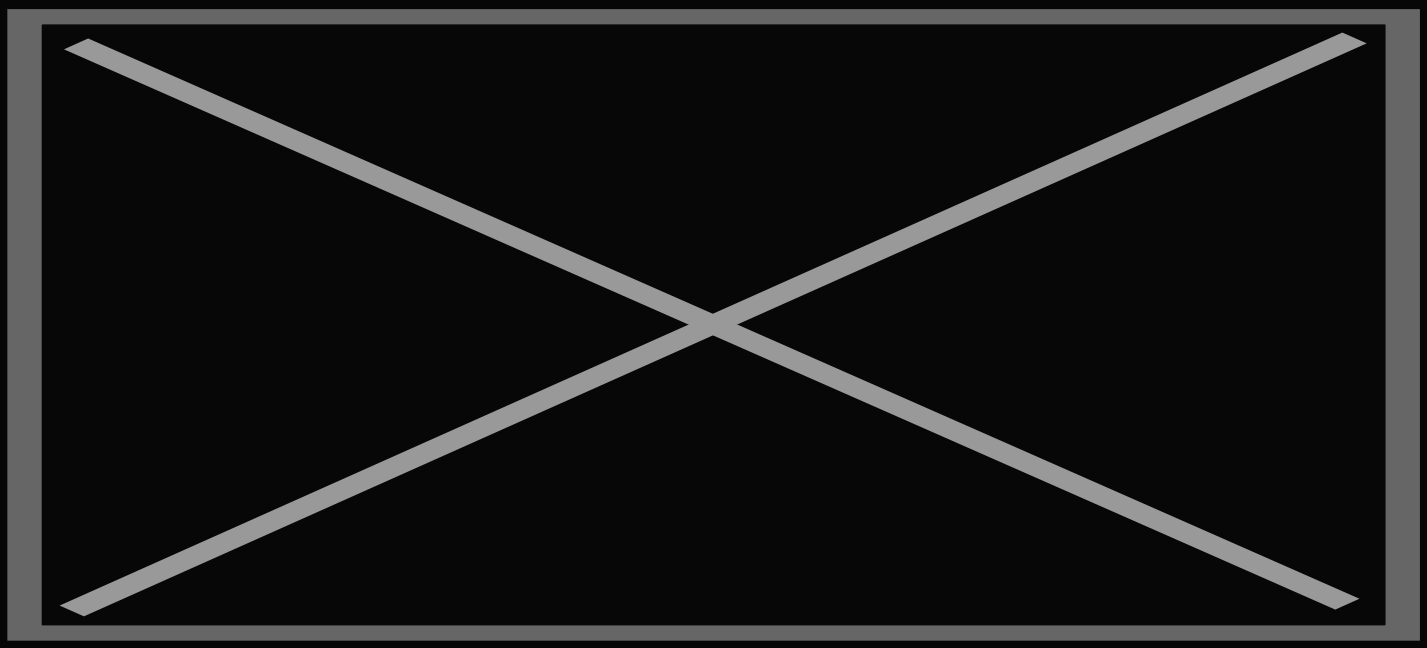
Per taglio di tempistiche e costi, ogni giorno – e non solo a domenica o nei weekend – un brunch non

allunga la vita ma una giornata sì, nel senso che condensa prima colazione e pranzo in un’unica soluzione. Quindi il cliente inizierebbe a investire in un break sfruttando i tempi flessibili e nuovi che spesso lo smart working propone e a volte impone. Qualcuno lavora da casa, e quindi in pieno telelavoro, o magari in piena mobilità. E qui diamo una dritta agli sviluppatori di app che, sfruttando algoritmi e machine learning, attraverso smartphone, smartwatch e smartband fitness tracker, con un software faciliterebbero la vita, la scelta e gli spostamenti inerenti al consumo di pasti giornalieri. Dimmi cosa fai e dove sei e ti dirò quando e cosa mangiare. Se ne sono accorti anche quelli di Feat Food, che creano offerte totalmente personalizzabili basandosi sui metadata.

**COSA PROPONGONO LE AZIENDE**

Quanto terrà la tradizione di bere velocemente un caffè al banco? Non si sa. Si sa però che causa distanziamenti e nuove organizzazioni e pratiche aziendali, il caffè della macchinetta rischia grosso. Andiamo al sodo. Sua maestà il caffè, in tutte le sue diramazioni, mentre nuovi tipi latte avanzano e il profumo d’oriente si diffonde nell’aria con la moda del matcha (pullulano ormai i Macha Café). Da esportazione e quindi da ispirazione c’è l’idea di **Tonino Lamborghini**, sì, quello delle fuoriserie. Attraverso Officina Gastronomica, azienda che commercializza prodotti beverage, il brand entra nell’horeca prima con un Energy Drink e poi con flagship store e corner basati sul caffè. Questo ci induce a pensare che la diversificazione – e anche la brandizzazione di una realtà – spesso rassicura la clientela. Un po’ quello che stanno facendo i Portello Cafè: creano linee precise per ogni fascia oraria. Le possibilità infinite del caffè passano dalla Francia (il più delle volte consumato con il latte), dalla Germania (panna montata), dalla Grecia (frappé e freddo). Non solo: dal Messico (chiodi di garofano, anice e cannella) al Brasile (cafezinho, molto forte) sino alla Turchia (chicchi di caffè finemente macinati e mescolati con zucchero poco prima che l’acqua arrivi a bollire). Ma è Hong Kong che prende tutti contropiede con il yuanyang, infuso di tè nero al latte condensato che viene mixato con caffè appena preparato.

[caption id="attachment_179908" align="alignnone" width="733"]

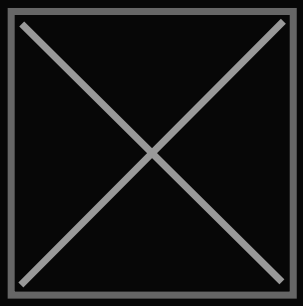


Il brand Tonino Lamborghini entra nell’horeca con flagship store e corner basati sul caffè[/caption]

**COSA FACCIAMO BENE NOI ITALIANI? REINVENTIAMO LA TAZZULELLA.**

Ci sono molte scuole di pensiero. Da una parte, chi ritocca e dall’altra chi stravolge. Il caffè gourmet secondo Gambrinus di Napoli non deve essere un tradizionale con lievi varianti (macchiato, doppio, ginseng, cappuccino) e neppure una rielaborazione tale da renderlo irriconoscibile. All’ombra del Vesuvio il disciplinare vale su tutto e non solo sulla pizza: quindi via libera all’ingrediente base che non deve essere mai messo in secondo piano bensì valorizzato con pa  nna,

cioccolata, nocciola, pistacchio, mandorla, elementi tipici dell’area mediterranea. Alla **Pasticceria Cioccorocolato di Pisa** vanno incontro a blogger e influencer con creazioni che appagano non soltanto il palato ma anche la vista e l’olfatto con il Pistacchiello Coffee (crema di pistacchio, granella di pistacchio, crema di latte, espresso) e il Nerello Coffee (crema di cioccolato fondente, gocce di cioccolato, crema di latte, espresso). E poi, gli italiani spesso confondono il caffè filtro col caffè all’americana (un classico espresso con l’aggiunta a piacere di acqua bollente). Il metodo d’estrazione prevede l’utilizzo di una apposita macchina che, grazie a dei filtri conici, utilizza la tecnica dell’infusione pour over e i nostri baristi stanno assimilando questa tecnica gradualmente per poi proporla come alternativa all’espresso.

[caption id="attachment_179906" align="alignright" width="150"]  Foto: Rob White di Waitrose[/caption]

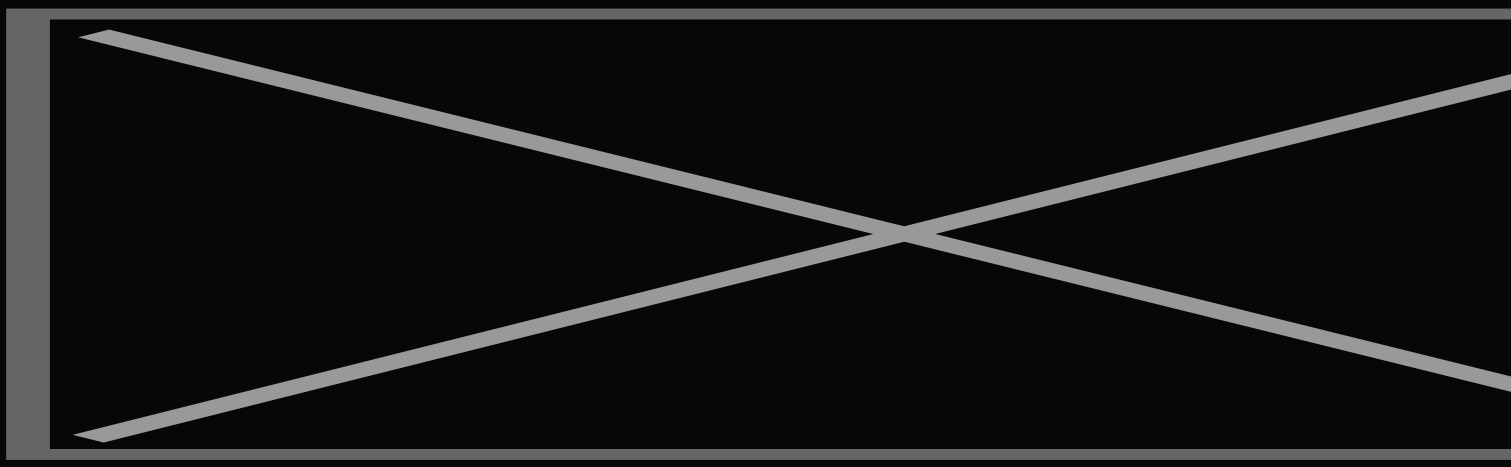
**COSA FANNO ALL'ESTERO CON DISINVOLTURA? COFFEE PAIRING E TANTO ALTRO**

Oltre confine testano mostrando coraggio. Heston Blumenthal ad esempio ha lanciato un panino per la colazione per la catena britannica Waitrose basata sul mix e l'aroma di ketchup e caffè. Tra due fette di pane al gusto di fagioli al forno appositamente creato viene ospitata una salsiccia sbriciolata, pancetta affumicata, uova di galline ruspanti, maionese montata a freddo, pomodori e fagioli cannellini in salsa e ketchup di funghi al caffè. Nel rispetto della tradizione nazionale. Magari meglio evitare di applicare supplementi come fanno al Savoy Grill di Londra dove Gordon Ramsay per un semplice e tradizionale English breakfast riesce a far spendere al cliente sino a 60 sterline, circa 65 euro, per qualche modifica o aggiunta al piatto. Il punto è, per la maggior parte degli amanti del caffè, una tazza di quello nero e bollente, solo in estate ghiacciato (…), al centro di tutto. Quindi c'è caffè per accompagnare una bagel salata o un croissant dolce. Ecco perché inizia a circolare la pratica del coffee pairing, perché l'abbinamento e la complementarità sono tutto, nell'era della ricerca della felicità attraverso il cibo.

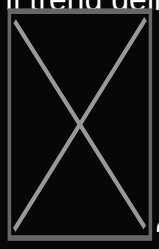
**COSA FANNO ALL'ESTERO SPERIMENTANDO? UN PORTFOLIO DI BEVANDE CALDE.**

Partiamo dalla Costa Rica, dove impera l'agua dulce, una bevanda calda a base di canna da zucchero, miele di tapa e acqua o latte che ha soppiantato il caffè e sta conquistando il resto del Centro America. Il salep è invece un liquido cremoso e denso, figlio della tradizione dell'Impero Ottomano e viene arricchito con una spolverata di cannella; tradizionalmente fatto con una speciale miscela di farine, latte, acqua e zucchero, a volte arricchito da estratto di vaniglia, fiori d'arancio o acqua di rose. L'indonesiano sarabba è una bomba calorica ed energetica che consiste in un mix di acqua, latte di cocco, radice di zenzero, zucchero di palma, chiodi di garofano (a piacere) e tuorlo d'uovo (facoltativo). Dal Tibet arriva il tè al burro di yak, in alcune versioni insipido e a volte molto salato. A Shangri-la alla tazza aggiungono delle arachidi macinate e a Danba delle noci. Gli ingredienti fondamentali? Tè nero, acqua, latte, sale e burro. Altre prelibatezze per sorprendere i clienti supportandoli magari a causa di una fredda mattinata? Una cioccolata calda messicana e o cilena. In Iran piace una bevanda fatta di zabaione e Nutella. Il tonico Cascara contiene aromi interessanti: frutta fermentata e tabacco utilizzando anche gli scarti della lavorazione del caffè.

[caption id="attachment_179907" align="aligncenter" width="933"]



Il trend delle bevande calde: (da sinistra) Sarabba, Agua Dulce, Tè al burro di ya, Salep[/caption]



**“THE BREAKFAST BOOK”, IL VANGELO DEL SETTORE**

Marion Cunningham è stata una delle food writer più famose del secolo scorso. Il suo libro riscopre a distanza di tempo il valore e l’importanza della prima colazione. Pancake, frittelle, waffel e pane lievitato ma anche torte e plumcake nei loro vari abbinamenti.

**Il Coffee Pairing**