Tisane o herbal tea: così il mondo delle bevande si arricchisce

tisana-intro-44330b6f

Paracelso ebbe a dire: “... nel mondo esiste un ordine naturale di farmacie; infatti tutti i prati e i pascoli, tutte le montagne e colline sono delle farmacie.” L’affermazione di tale, grande e complessa personalità ricollegava in questo modo l’immenso patrimonio di sapere accumulato dalla medicina popolare alla proto-modernità medica e farmaceutica.

L’arte di estrarre preziose molecole dalle erbe e dalle piante dissolvendole in soluzioni acquose (e molto più tardi, alcoliche) data a tempi immemorabili e costituisce anzi uno dei segni delle prime forme di civilizzazione, in ogni parte del mondo.

Antichissime documentazioni della medicina indiana e cinese elencano centinaia di rimedi vegetali con le loro relative proprietà (riconosciute ancor oggi). Analogamente la farmacopea ebraica ed egizia sfruttò le piante locali al pari di quanto facevano i Greci e i Romani.

Poi vennero gli Arabi e poi, nel nostro medioevo i monaci, che furono indubbiamente grandi speziali e sagaci inventori di benefiche tisane. Infine la scoperta delle Americhe, rivelò una ricchissima cultura di rimedi naturali di civiltà pre-colombiane ed anche di tribù ritenute primitive.

L’erboristeria occidentale in questo modo si arricchì progressivamente di nuovi apporti per poi cedere il passo alla potenza della chimica sintetica, la quale parve, sino all’ultimo quarto del XX° secolo, non incontrare limiti al proprio successo.

Oggi, dopo decenni di umori negativi e di sfiducia verso la “scienza” in generale e dopo varie ondate di “neoromanticismo”, la medicina naturale ha riacquistato la propria legittimità pur tra mille contraddizioni e incongruenze, alimentando un mercato sempre più florido.

Il mondo delle bevande si allarga dunque riassumendo in sè anche quelli che negli USA vengono chiamati “herbal teas” e da noi semplicemente “tisane”.

In estrema sintesi ricorderò che le tisane comprendono gli infusi, i decotti e i macerati.

Ma il tutto vede al centro l'offerta di prodotto "secco" in purezza o in forma di blend per estendersi (tuttora parzialmente) al ready-to-drink freddo.

In questo senso sta realizzandosi il passaggio progressivo dal canale erboristico alle catene specializzate della ristorazione e quindi al grocery mass-market.

Certo è che le prospettive del mercato potenzialmente enorme di queste "nuove/vecchie" bevande sono ormai certe e i confini tra settori tradizionali sempre più confusi.

[caption id="attachment_29178" align="aligncenter" width="393"]
Il coffee bean tea leaf all'aeroporto di Mumbai Il coffee bean tea leaf all'aeroporto di Mumbai[/caption]

La tendenza, guidata dagli USA e in gran parte misconosciuta in Italia, è molto interessante, per cui ritenere che il classico comparto grocery dei liquidi sia separabile da nuove forme di ristorazione e di servizio legate a questo trend, è sbagliato.

Dal secco al ready to drink

Gli herbal tea costituiscono infatti il naturale complemento alle coffee house o il core business di catene specializzate come Argo Tea, Teavana (una divisione di Starbucks), The Coffee Bean & Tea Leaf, Peet's Coffee & Tea, ... che occupano ormai decine di migliaia di dipendenti e che se ne fanno portabandiera.

Il loro evidente successo si fonda sull'offerta di ampi assortimenti del prodotto essiccato, ma anche sulla somministrazione diretta negli shopping mall e in centro-città del prodotto caldo e, anche se in minor misura, sul ready-to-drink.

Tuttavia, come dimostra l'esempio degli onnipresenti Espresso, Frapuccino, Mokaccino, ecc. di Starbucks la costruzione della marca destinata al mass-market può procedere anche all'inverso dalla ristorazione al supermarket.

In breve, stiamo assistendo ad una nuova originale segmentazione di prodotto.

Gli herbal tea si incuneano tra i confini incerti dei tè veri e propri e quelli delle bevande funzionali di cui ho parlato nei numeri scorsi. Si tratta di una distinzione sottile, ma rilevante poiché risponde alle mutate preferenze e alle nuove sensibilità delle culture di consumo transnazionali.

Oggi e ancor più domani, cluster di consumatori di ogni nazione condivideranno i medesimi gusti grazie alla possibilità di comunicare rapidamente tra loro con blog e social network.

Esistono, peraltro, fenomeni di mercato cresciuti nel web e nell'e-commerce prima ancora che il prodotto comparisse nei canali commerciali tradizionali.

[caption id="attachment_29179" align="aligncenter" width="398"]Un corner Teavana Un corner Teavana[/caption]

Gli herbal tea non fanno eccezione.

Una semplice esplorazione di Amazon.com conferma l'estensione dell'offerta e come anche le più rare specialità siano già facilmente accessibili.

L'elenco degli "altri tè" è dunque sterminato.

Il loro vero limite sta nel livello di conoscenza che ne hanno i consumatori poiché, a parte il fascino che li circonda, le pratiche di consumo e la loro commercializzazione costituiscono vere e proprie operazioni culturali.

Esse inducono segmenti di popolazione di varie nazionalità alla curiosità e all'apertura verso il nuovo, ad esplorare le tradizioni dei paesi più lontani ormai uniti nel "villaggio globale".

È certamente avvincente allora scoprire l'esistenza del giapponese mugicha, il sostituto del tè ottenuto dalla torrefazione dell'orzo che promette di inibire la flora batterica della cavità orale e di fluidificare la circolazione del sangue senza l'apporto di teina e caffeina.

E perché non provare il tè di tarassaco: un tonico per il fegato e forse anticancerogeno o quello di Cyclopia, detta anche Honeybush, una rara pianta africana con effetti rilassanti e più delicata dei più celebre rooibos.

Simuliamo lo scaffale del futuro

Mi sia permesso allora indugiare nella descrizione dell'assortimento virtuale nello scaffale delle bevande nervine di un supermercato del futuro.

Vi troveremo, ad esempio, anche quel "coca tea" indispensabile per ogni turista che in Perù voglia sfidare le altitudini andine di Cuzco o del lago Titicaca. La New World Products International lo commercializza già ora ready-to-drink con il marchio Kaptive che promette di aumentare le

performance di chi lo beve, di aumentarne la concentrazione e la vigilanza, di migliorare lo stato emozionale e di stimolare il metabolismo.

[caption id="attachment_29181" align="alignleft" width="191"]Coca leaf tea Coca leaf tea[/caption]

Oppure si pensi alle ayurvediche Pol-Pala a base di Aerva Lanata, una delle dieci piante sacre Dasapushpam, dello stato Kerala, o l'Iramusu di Sarsaparilla Indiana depurativa del sangue, diuretica, antireumatica ... e anche stimolatrice della crescita dei capelli.

E poi menzioniamo tra i tantissimi i tè cinesi di crisantemi o di carciofi o il tè di montagna dei paesi balcanici o quello polinesiano di noni o quello sudamericano di boldo o di paico.

In conclusione

Non solo si afferma una nuova modalità di bere "caldo". Si sta verificando anche una grande fusione che qualcuno definisce addirittura un "amalgama di culture" orientato a coniugare una nuova palette di aromi e profumi con un vastissimo prontuario salutistico.

I nuovi blend messi in commercio anche dalle più note corporation del settore fondono infatti erbe originarie del Sud-Est Asiatico con apporti Sud Americani ed Europei: una nuova arte alchemica a cui anche il pubblico italiano tributerà il proprio favore!