Lievitati da ricorrenza: e se li proponessimo al bar?

20231123161842pandorohead-9a9c08d7

Sono i dolci più amati dagli italiani. Con il **pandoro** che da dieci anni guadagna posizioni ed è arrivato a **superare, di misura, il panettone**. E se la grossa fetta di consumatori rimane sui tradizionali (il 66% quanto al panettone, il 69,3% per il pandoro, mentre solo l'11,6% per il panettone e il 9% per il pandoro ama le coperture), **la GenZ preferisce prodotti più elaborati**, con creme (collegate a un maggiore edonismo) mentre uvetta e canditi sono amati dai senior. E in realtà sono l'aspetto più polarizzante, visto che un 20% di chi consuma il panettone ne vorrebbe in abbondanza e un 20% lo preferisce senza.

Sono alcuni dei risultati emersi da uno studio **condotto a inizio novembre** (con 1213 interviste e un panel dai 18 a 70 anni) da AstraRicerche per Unione Italiana Food sul rapporto degli italiani con i grandi lievitati da ricorrenza. Che sottolinea come questi due lievitati siano **i dolci nazionali**: nell'ultimo anno oltre il 95,3% degli italiani ha mangiato almeno uno dei due, con l'82,2% che ha nominato il pandoro e l'81% il panettone, mentre la colomba raccoglie il 71,2%.

PERCHE' NON AL BAR?

Sono dolci consumati in tutto lo Stivale, anche se **il panettone rimane il preferito nel Nord Italia** e **il pandoro raccoglie più consensi nelle regioni del Sud.** Ecumeniche anche le occasioni di consumo: protagonisti indiscussi dei festeggiamenti di fine anno, soprattutto **la GenZ li apprezza anche a colazione** (38,8%), **merenda** (29,2%) **o ancor piu? come dolce del dopocena** (42,3%).

*"La **destagionalizzazione** in realtà **non è ancora molto diffusa** ma potrebbe essere una opportunità, nel momento in cui i preparativi per il Natale negli ultimi anni tendono ad essere anticipati* - dice **Cosimo Finzi**, ceo di Astraricerche *– e se la tradizione vince, c'è un 10% di innovatori e uno su quattro che spazia tra tradizione e innovazione: **ci si sta muovendo in questa direzione".***

Interessanti anche le modalità di consumo del lievitato, che richiamano il bar: **il 40,6% apprezza l'abbinamento con una tazza di tè e caffè,** mentre **al 29,1% piace la fetta appena un po' scaldata**. Uno su 4 ama inzupparlo nella bevanda preferita e ci aggiunge qualcosa (gelato, creme alla frutta, zucchero a velo), segno del desiderio di "personalizzarlo". *"I giovani ci giocano, vogliono innovare il prodotto tradizionale"* spiega Finzi.

L'HORECA COME OPPORTUNITA'

Bar o ristorante, i lievitati di Fine Anno potrebbero essere consumati con maggiore frequenza anche al di fuori delle mura domestiche *"Al ristorane, ad esempio, a fine pasto si potrebbero offrire lievitati particolari, appoggiandosi a panifici, pasticcerie o laboratori locali e indicandone la provenienza: è una pratica molto diffusa all'estero, ancora poco in Italia", dice Finzi.*

Quanto ai bar, **il momento giusto per proporre pandoro o panettone potrebbe essere la colazione**, per dare un'alternativa all'offerta tradizionale di caffè e cappuccio con cornetto. *"Pochi però lo fanno*. *Il problema è che **la gran parte dei bar non si muove e tende a proporre sempre le stesse cose**, sono pochi locali che si distinguono con una offerta eccellente. Eppure **ci sarebbero tantissime opportunità**: è come quando un bar al posto di offrire un caffè ne offre due, al posto di offrire una birra ne offre tre, e il mercato generalmente risponde bene".*

In Italia si consumano nel periodo natalizio (indicativamente dal 7 dicembre all'8 gennaio) **1,2 kg di lievitati pro capite e 2,3 kg per famiglia, per un totale di 95 milioni di pezzi.** Quanto all'export, la produzione complessiva è di quasi 14 mila tonnellate per un valore di 105 milioni di euro.

DISCIPLINARE E FAKE NEWS

Certo, i lievitati cambiano. Anzi *"sono un prodotto della tradizione che riesce ad anticipare i gusti del consumatore"*, come ha detto **Mario Piccialuti**, Direttore Generale di Unione Italiana Food, che ha ricordato come da quasi 20 anni (dal 2005) esiste la Denominazione riservata, un **disciplinare che regola anche la produzione industriale** e che definisce ingredienti (come il burro, le uova fresche e il lievito madre), tutela la forma e il metodi di lavorazione a lievitazione naturale, a garanzia di autenticita? e qualita? per il consumatore.

La ricerca però evidenzia **una contraddizione**: se il 79,9% degli italiani danno ai lievitati prodotti industrialmente un voto superiore al 7 e solo 8% non ne è contento, **persiste la percezione di una maggiore qualità dell'artigianale**, specie tra i giovani. Il motivo? I lievitati industriali conterrebbero

più quantità di conservanti (secondo il 43% e il 54% dei giovani), **ingredienti meno pregiati** come margarina e olio di palma al posto del burro (53%), utilizzando inoltre lievitazioni forzate per accelerare i tempi (36,3%). *Dulcis in fundo*, i prodotti non artigianali sono considerati anche più calorici (27%). Quattro italiani su dieci, inoltre, non sanno che esiste un disciplinare apposito.

“La sensazione - conclude Finzi - *è che siano prodotti molto amati e consumati, ma attorno ai quali ci sia un po’ di nebbia e confusione”.*