Millennial, generazione di buongustai. Lo dice Birra Moretti

cattura-di-schermata-207-5bf133e7

Non una semplice esigenza, non una moda. Per i Millenial - i ragazzi nati nell'ultimo ventennio del secolo scorso - l'alimentazione rappresenta un forte elemento identitario. Per la grande maggioranza (86%) dei 18-35enni ciò che si mangia (e come lo si mangia) costituisce infatti uno specchio del proprio modo di essere. E in questa prospettiva, ben l'84% predilige i ristoranti locali capaci di valorizzare i piatti tipici di una Regione o di un determinato territorio e un buon 75%, spinto da un pizzico di campanilismo, preferisce su tutti i cibi della propria area geografica.

Queste le principali evidenze emerse dalla quinta edizione dell'Osservatorio Birra Moretti, dedicata a comprendere meglio i giovani del Belpaese, coloro che lo stesso Osservatorio definisce, senza timore di smentita, "Generazione Buongustai".

Una generazione - rileva l'analisi - che, in fatto di cucina, mostra uno spiccato attaccamento alle origini territoriali (il 58% si definisce fan del cibo tipico della Regione in cui è nato e dove tuttora risiede). Ma che non disdegna neppure la cucina di altre regioni, tra le quali si distingue la Toscana che, escludendo la terra di primo riferimento, risulta essere la più amata per il food con il 18,3% di preferenze, seguita da Emilia Romagna con il 17,4% di preferenze e Sicilia con il 16,5% di preferenze.

Una generazione - continua ancora l'analisi - che, a differenza di quelle passate, dimostra di essere molto informata in fatto di cultura gastronomica: il 79% del campione dichiara infatti di porre attenzione alla provenienza degli alimenti, mentre il 78% desidera ricevere delucidazioni a 360° sul cibo.

Una generazione, infine, curiosa, come dimostra il fatto che il 50% dei 18-35enni pratica volentieri turismo eno-gastronomico.

Alla stragrande maggioranza dei Millennial (82%), insomma, piace mangiare bene. Ma non a discapito della salute. Se è vero, infatti, che per ben il 93% di essi la "buona tavola" rappresenta uno dei piaceri

della vita e che l’85% predilige la cucina saporita, è altrettanto vero che il 77% evita di mangiare ciò che pensa potrebbe nuocere all’organismo. L’aspetto salutistico, dunque, pare controbilanciare la pura ricerca del piacere del palato nel momento in cui si prendono in mano le posate: il 92% ritiene l’alimentazione uno dei pilastri fondamentali del proprio benessere, l’87% cerca di consumare prodotti freschi, il 67% cerca di ridurre i grassi, il 61% sta attento alle calorie, il 60% consuma alimenti integrali. Da evidenziare, infine, che 1 millenial su 2 (il 54%) dichiara di consumare prodotti biologici e ben 1 su 3 (30%) cerca di evitare la carne.

Quella dei giovani italiani per il cibo pare dunque una autentica passione. Che non di rado viene approfondita. Il 33,7% di loro - sostiene ancora lo studio di Birra Moretti - ha infatti frequentato corsi amatoriali di cucina o di degustazione di vini e di birre. Ma c’è di più: rispettivamente il 44% e il 27% del campione indica fra le professioni preferite per il proprio futuro quella di chef e di sommelier. E la percentuale sfiora il 48% se la prospettiva di lavorare dietro ai fornelli è riferita al solo pubblico femminile. Potere dei media? Forse, visto che il 53% degli intervistati dichiara di apprezzare e seguire Master Chef.

La ricerca, diretta da Marilena Colussi, sociologa dell’alimentazione e ricercatrice delle tendenze alimentari in collaborazione con Doxa Marketing Advice, è stata condotta nel mese di maggio su un campione rappresentativo di 602 Millennial italiani, con metodologia CAWI.